

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему: «Проектування мультимедійної системи анімованих рекламних
шаблонів для закладів сфери послуг»

Виконала: студентка 4 курсу, групи 4Д1м
Спеціальності 022 "Дизайн"

Клюс А.А.

(прізвище та ініціали)

Керівник: ст.викладач Шейник С.П.

(прізвище та ініціали)

Рецензент: Шиманський М.Б.

(прізвище та ініціали)

Хмельницький - 2026

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
 Факультет інформаційних технологій та дизайну
 Кафедра дизайну
 Освітній рівень перший (бакалаврський)
 Спеціальність 022 Дизайн
 Освітньо-професійна програма 022. «Графічний дизайн»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
 к.т.н., доцент Ганна ПОЛІТАЄВА
 “ ” 20 року

З А В Д А Н Н Я **НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Клюс Анастасії Андріївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Проектування мультимедійної системи анімованих рекламних шаблонів для закладів сфери послуг»

керівник роботи Шейник С.П.,

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від 23.01.2026 року №105-с

2. Строк подання студентом роботи 13.06.2025р.

3. Вихідні дані до роботи проектування мультимедійної системи анімованих рекламних шаблонів для закладів сфери послуг. Розробка бібліотеки універсальних графічних елементів, композиційних рішень, анімаційних сценаріїв та структури рекламних шаблонів для різних типів підприємств сфери послуг. Створення набору адаптивних шаблонів для використання в соціальних мережах, на вебресурсах та цифрових рекламних носіях.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Розділ 1. Аналіз середовища та прототипів; Розділ 2. Проектна концепція; Розділ 3. Практична реалізація проекту; Розділ 4. Техніко-економічне обґрунтування таресурси створення; Розділ 5.Охорона праці.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) Плакати 5шт. 70*90 см.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Основний розділ	ст.викладач Шейник С.П.	20.02.26	13.06.26
Охорона праці	к.т.н., доцент доц.Кузнєцов С.І	04.03.26	13.06.26
Нормоконтроль	Шейник С.П.	09.06.26	13.06.26

7. Дата видачі завдання 20.02.2026 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Опрацювання інформаційних джерел	25.02 - 03.03	
2	Аналіз аналогового середовища	02.03 - 05.03	
3	Вступ	01.03 - 08.03	
4	Розробка ідеї проєкту	13.03 - 23.04	
5	Розробка ескізів	10.04 - 26.04	
6	Розробка графічних елементів	07.05 - 14.05	
7	Розробка анімованої частини	12.05 - 25.05	
8	Написання розділів	08.04 - 02.06	
9	Написання розділу з охорони праці	01.0 - 09.06	
10	Редагування фінальних штрихів та завершення роботи над пояснювальною запискою до дипломного проєкту	10.06 - 14.06	

Студент Клюс А.А.Керівник роботи Шейник С.П

АНОТАЦІЯ

Клюс Анастасія. Розробкам мультимедійної системи анімованих рекламних шаблонів для закладів сфери послуг. Рукопис.

Робота подається для здобуття освітнього ступеня бакалавра за напрямом 022 Дизайн. Національний технічний університет міста Херсона. Хмельницький, 2026.

У цьому дослідженні було зосереджено увагу на питаннях проєктування мультимедійної системи, яка передбачає створення анімованих рекламних шаблонів, спеціально розроблених для закладів сфери послуг. Було проведено ретельний аналіз актуальних трендів у галузі цифрової реклами, сучасних підходів до мультимедійного дизайну, а також методів створення анімованого контенту, призначеного для різноманітних рекламних майданчиків.

Головною метою роботи є створення рекламної мультимедійної системи, здатної забезпечити швидке та ефективно динамічних рекламних матеріалів. Ці матеріали підприємств сфери послуг і розроблені з урахуванням новітніх вимог до візуальної комунікації та передових стратегій цифрового маркетингу.

Для досягнення визначеної мети було поставлено та вирішено низку важливих завдань, серед яких: проведення глибокого аналізу сучасних тенденцій у сфері мультимедійного дизайну та реклами; дослідження специфіки процесу проєктування анімованих рекламних шаблонів; вивчення ключових принципів композиції, роботи з кольором та використання типографіки у цифровому просторі; розробка універсальної бібліотеки графічних елементів та різноманітних анімаційних ефектів; а також створення набору адаптивних рекламних шаблонів, придатних для застосування різними закладами у сфері послуг.

ABSTRACT

Klius Anastasiia. Development of a Multimedia System of Animated Advertising Templates for Service Industry Establishments. - Manuscript.

The thesis is submitted for obtaining the Bachelor's Degree in Specialty 022 Design. Kherson National Technical University. Khmelnytskyi, 2026.

This study focuses on the design and development of a multimedia system intended for creating animated advertising templates specifically for service industry establishments. A comprehensive analysis of current trends in digital advertising, modern approaches to multimedia design, and methods of creating animated content for various advertising platforms was conducted.

The main objective of the work is to develop an integrated multimedia system capable of providing rapid and efficient creation of dynamic advertising materials. These materials are intended for service industry businesses and are designed in accordance with contemporary requirements of visual communication and advanced digital marketing strategies.

To achieve this objective, a number of important tasks were defined and accomplished, including conducting an in-depth analysis of current trends in multimedia design and advertising; investigating the specifics of designing animated advertising templates; studying the key principles of composition, color theory, and typography in digital environments; developing a universal library of graphic elements and animation effects; and creating a set of adaptive advertising templates suitable for various service industry establishments.

The practical significance of the project lies in the possibility of using the developed multimedia system for creating advertising content for social media, websites, digital displays, and other modern information platforms. The results of the work can be applied by service industry businesses to improve the effectiveness of advertising campaigns and enhance visual communication with target audiences.

Keywords: multimedia system, animated advertising template, graphic design, motion design, digital advertising, visual communication, service industry establishments, advertising content.

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	3
ABSTRACT	4
ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1	11
АНАЛОГОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ ТА ПРОТОТИПИ	11
1.1. Аналіз теми проєктування мультимедійної системи анімованих рекламних шаблонів для закладів сфери послуг	14
1.2. Характеристика закладів сфери послуг та особливості їхньої рекламної діяльності	17
1.3. Цільова аудиторія	19
1.4. Аналіз аналогів та прототипів мультимедійних систем анімованих рекламних шаблонів	21
Висновок	24
РОЗДІЛ 2	27
ПРОЄКТНА КОНЦЕПЦІЯ	27
2.1. Формування концепції	27
2.2. Розробка пошукових варіантів	30
Висновок	31
РОЗДІЛ 3	33
ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТУ	33
3.1. Колористичне та композиційне рішення	33
3.2. Вибір формату та шрифтове оформлення	35
3.3. Розробка графічних елементів та анімаційного рішення	38
3.4. Особливості технічного виконання	41
Висновок	45
РОЗДІЛ 4	47
ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ТА РЕСУРСИ СТВОРЕННЯ	47
4.1. Технологія створення мультимедійної системи	47
4.2. Програмне забезпечення для реалізації проєкту	49
4.3. Ресурси та організація роботи	50
Висновок	51
РОЗДІЛ 5	53
ОХОРОНА ПРАЦІ ТА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ	53
5.1. Безпечні умови праці	53
5.2. Виробнича санітарія	54

	7
5.3. Протипожежна безпека	57
Висновок	58
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	59
Додаток А	61
Додаток Б	63
Додаток В	64
СПИСОК ВИКОРАСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	67

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах стрімкого розвитку цифрових технологій реклама стала найважливішим засобом просування товарів і послуг. Зростання конкуренції змушує бізнес постійно шукати нові способи привернення уваги аудиторії та підвищення власної впізнаваності. Особливо актуальним це питання є для закладів сфери послуг, зокрема підприємств ресторанного бізнесу та кав'ярень, де ефективна візуальна комунікація безпосередньо формує імідж бренду.

Сьогодні анімований контент є одним із найперспективніших напрямів дизайну, адже динамічні постери на мультимедійних дисплеях, у соціальних мережах та на вебсторінках залучають користувачів значно ефективніше за традиційну статику. Проте створення унікального анімованого контенту з нуля потребує значних часових і фінансових ресурсів. Актуальність бакалаврської кваліфікаційної роботи зумовлена потребою в оптимізації цього процесу шляхом розробки гнучкого мультимедійного дизайн-конструктора шаблонів, який дозволить оперативно створювати узгоджений, якісний та адаптивний відеоконтент для закладів сфери послуг.

Об'єкт проєктування - процес візуальної комунікації та створення цифрового рекламного контенту для підприємств сфери послуг.

Предмет проєктування - принципи, методи та засоби розробки мультимедійної системи анімованих рекламних шаблонів для створення рекламних постерів.

Мета проєкту - розробка гнучкої мультимедійної системи анімованих рекламних шаблонів для закладів сфери послуг, яка забезпечить оптимізацію процесу створення сучасних маркетингових матеріалів, підвищення впізнаваності бренду та покращення комунікації з клієнтами в цифровому просторі.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- вивчити теоретичні основи, характеристики та актуальні тенденції застосування анімації у сфері сучасної мультимедійної реклами;
- проаналізувати наявні аналоги, чинні методики створення рекламних шаблонів та особливості візуальних комунікацій у сфері послуг;
- обґрунтувати концепцію, вимоги до інтерфейсу та структуру мультимедійної системи анімованих шаблонів;
- розробити графічні елементи, UI-компоненти та типографічні набори для бази даних конструктора;
- удосконалити процес адаптації контенту шляхом створення анімаційних сценаріїв та взаємопов'язаних динамічних модулів;
- реалізувати проєкт мультимедійної системи та оцінити можливості її практичного застосування.

Методи проєктування. Для вирішення поставлених завдань у роботі використано комплекс методів:

- метод системного та порівняльного аналізу;
- композиційне та модульне моделювання;
- методи векторного графічного дизайну та комп'ютерної анімації.

Практична цінність роботи полягає в тому, що створена мультимедійна система є готовим інструментом для швидкої генерації рекламного контенту підприємствами сфери послуг. Результати роботи можуть бути безпосередньо впроваджені в діяльність дизайнерів, маркетологів та SMM-фахівців для оптимізації процесу підготовки анімованих матеріалів, збереження єдності фірмового стилю та підвищення ефективності комунікацій у цифровому просторі.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Основні положення та практичні результати проєкту представлені на Виставці кваліфікаційних робіт бакалаврів кафедри дизайну ХНТУ.

Робота складається зі вступу, п'яти розділів, загальних висновків. Повний обсяг роботи складає 55 сторінок комп'ютерного тексту, містить 1 таблицю та 5 додатків. Список використаних джерел розміщений на 4 сторінках.

РОЗДІЛ 1

АНАЛОГОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ ТА ПРОТОТИПИ

Початковим і одним із ключових кроків у розробці мультимедійної системи буде вивчення існуючого аналогового середовища та детальне дослідження вже наявних прототипів. Саме завдяки цій стадії закладається фундамент розуміння сучасного ландшафту цифрової реклами, специфіки мультимедійних засобів комунікації та актуальних напрямків еволюції візуального контенту. Такий аналіз дає можливість ідентифікувати передові дизайнерські підходи, зробити об'єктивну оцінку їхньої дієвості та сформулювати власні ідеї, які стануть основою для створення вашої інноваційної мультимедійної системи.

У сучасному інформаційному просторі заклади сфери обслуговування активно застосовують цифрові канали зв'язку для взаємодії зі своїми клієнтами. Соціальні мережі, вебсайти, цифрові інформаційні табло, мультимедійні екрани, рекламні монітори та мобільні додатки- це все вже стало ключовими платформами для поширення рекламної інформації. За цих обставин особливого значення набуває використання анімованого контенту, який дозволяє ефективніше привертати увагу користувачів порівняно зі статичними рекламними матеріалами.

Дослідження аналогового середовища допомагає визначити найбільш типові вимоги до розробки мультимедійних рекламних систем. Особлива увага приділяється вивченню композиційних технік, особливостей візуальної побудови, методів використання кольорових рішень, графічних об'єктів та анімаційних прийомів. Аналіз існуючих аналогів дозволяє виявити найдієвіші дизайнерські підходи для передачі представленої інформації та формування позитивної репутації бренду.

Не менш значущим є вивчення та зіставлення актуальних напрямків у дизайні. На даний час спостерігається значне зростання інтересу до

мінімалістичного підходу, створення адаптивних візуальних систем, принципів модульного формування інформації, а також застосування м'яких анімацій і елементів взаємодії. Аналіз сучасного світового досвіду проектування таких систем, представлений на провідних портфоліо-платформах зокрема Behance та Dribbble, засвідчує домінування векторної графіки з чіткими контурами та акцентною типографікою у поєднанні з мікроанімацією. Нинішні рекламні продукти все частіше розробляються з огляду на можливість їх успішної інтеграції на різноманітних цифрових просторах, що диктує потребу в універсальності та гнучкості дизайнерських рішень. Внаслідок цього, під час процесу проектування, дуже важливим є дотримуватися масштабованості та гнучкої пристосованості контенту.

У цій роботі під аналоговим середовищем розуміється комплекс рекламних інструментів, які компанії сфери послуг використовують для популяризації свого бізнесу. До подібних артефактів належать: рухомі рекламні банери, відеоролики, короткі відео для соціальних мереж, презентаційні відеоролики та уніфіковані рекламні системи. Вивчення таких прикладів допоможе визначити оптимальні шляхи організації даних, розставляння візуальних пріоритетів та розробки цілісного іміджу.

Особливу увагу слід було приділити вивченню модульних рекламних систем, що застосовуються компаніями для швидкого створення чималої кількості рекламних матеріалів. Подібні системи базуються на використанні шаблонів, котрі містять заздалегідь підготовлені графічні елементи, текстові блоки, анімаційні сценарії та композиційні структури. Такий підхід у створенні дозволить забезпечити єдність корпоративного стилю та суттєво прискорити процес розроблення контенту.

Також важливим завданням є виявлення не лише їхніх переваг, а й вад. Серед найбільш поширених проблем рекламних матеріалів можна виділити перевантаження композиції великою кількістю графічних елементів, надмірне використання анімаційних ефектів, складність сприйняття інформації, відсутність єдиного стилістичного підходу та відсутність адаптивності до

різних форматів цифрових платформ. Виявлення таких вад дозволить уникнути їх під час створення власної системи та підвищити якість майбутнього проєкту.

Не слід забувати й про дослідження схожих за призначенням прототипів. Вони дають змогу проаналізувати підходи до структурування мультимедійних даних, принципи формування шаблонів, нюанси взаємодії між компонентами системи, а також методи представлення рекламних матеріалів. Оцінка цих рішень допоможе розробити найефективнішу структуру та визначити необхідні функціональні можливості майбутньої системи.

Окрім того, було необхідно ретельно вивчити сценарії використання анімації. Саме анімація надає рекламному зверненню динаміки, допомагає захопити увагу глядачів та полегшує засвоєння інформації. Ключовими характеристиками тут є тривалість анімаційних ефектів, плавність переходів між образами, послідовність показу даних, доцільність застосування сценічних переходів та відповідність візуального оформлення загальній ідеї реклами.

Додатково, дослідження прототипів надає можливість виявити оптимальні шляхи адаптації рекламних матеріалів для різноманітних категорій закладів сфери послуг. Враховуючи, що кожна окрема галузь має свої специфічні підходи до спілкування з клієнтурою, мультимедійна система повинна передбачати гнучкість у налаштуванні візуальних елементів, що відповідають вимогам конкретного закладу. Це охоплює підбір колірної палітри, графіки, типографіки, часу тривалості анімації та загальної структури рекламного послання.

Отримані в результаті аналізу дані формують як теоретичну, так і практичну основу для подальшого етапу проєктування. Ця інформація дозволяє ідентифікувати актуальні напрямки у сфері цифрової реклами, встановити критерії для розробки майбутньої системи, вибрати найбільш вдалі дизайнерські підходи та забезпечити відповідність проєкту сучасним стандартам у галузі мультимедійного дизайну.

1.1. Аналіз теми проєктування мультимедійної системи анімованих рекламних шаблонів для закладів сфери послуг

Проєкт розробки системи анімованих рекламних шаблонів набуває особливої значущості на тлі стрімкого прогресу сучасних інформаційно комунікаційних технологій. На даний момент реклама відіграє роль не тільки інструменту інформування споживачів про продукти чи послуги, але й потужного важеля формування брендового іміджу, підтримання впізнаваності та налагодження ефективної комунікації з потенційною аудиторією. Зважаючи на зростаючі інформаційні потоки, що надходять до людини щодня, виникає нагальна потреба у впровадженні більш динамічних та візуально сильних методів представлення рекламних матеріалів.

У нинішню цифрову епоху людина постійно стикається з великим обсягом рекламних повідомлень в соціальних мережах, мобільних додатках, на інтернет-ресурсах та інших інформаційних майданчиках. В таких умовах класичні, нерухомі рекламні матеріали поступово втрачають свою потужність, адже вони не завжди в змозі захопити увагу цільової аудиторії та забезпечити потрібний рівень взаємодії з інформацією. Саме тому все більше уваги приділяється анімованим рекламним форматам, які, завдяки застосуванню візуальних ефектів та динамічних елементів, дозволяють суттєво посилити вплив рекламного контенту.

Особливо вагомим є значення анімованої реклами для підприємств, що працюють у сфері послуг. До цієї групи належать ресторани та кафе, перукарні та салони краси, фітнес-центри, медичні заклади, готелі, туроператори, навчальні заклади та багато інших компаній, чий успіх безпосередньо залежить від залучення клієнтів. Для таких бізнесів є критично важливим не тільки сповіщати споживачів про спектр послуг, але й формувати позитивне емоційне враження від бренду, будувати довіру та підтримувати регулярний зв'язок з потенційними клієнтами. Саме мультимедійні рекламні інструменти дають змогу найбільш дієво впоратися з цими завданнями.

Розробка комплексної мультимедійної системи полягає у створенні гнучкого набору графічних і анімаційних компонентів. Ці компоненти призначені для подальшого формування різноманітних рекламних оголошень. Відмінність від традиційного створення окремої реклами полягає в тому, що система шаблонів дозволить повторно використовувати вже готові дизайнерські рішення, прискорює процес оновлення даних та полегшує адаптацію контенту під різні канали поширення. Такий підхід суттєво вдосконалив процес виготовлення рекламних матеріалів. В основу побудови цієї структури покладено провідну методологію Figma Design Systems, що базується на принципах створення цілісних екосистем взаємопов'язаних компонентів, що дозволяє гнучко комбінувати та миттєво масштабувати рекламні макети для різних типів підприємств.

Центральною частиною цієї мультимедійної системи виступає застосування анімації, що слугує для посилення ефективності сприйняття інформації. Завдяки анімаційним елементам можна привернути увагу до найважливіших повідомлень, організувати інформаційний потік і вибудувати послідовність ознайомлення з матеріалом. Використання руху робить рекламне звернення більш помітним, надає йому емоційного забарвлення та спрощує розуміння для цільової аудиторії. Водночас надзвичайно важливо забезпечити витончену інтеграцію анімаційних ефектів із графікою, аби уникнути надмірності композиції та зберегти її практичну цінність.

Напрямки розвитку мультимедійного дизайну на сьогодні демонструють збільшення інтересу до модульних рішень. Такі системи дають змогу компоувати контент, подібно до конструктора. Розглянутий метод забезпечує універсальність застосування рекламних матеріалів та можливість їх пристосування до будь-яких вимог клієнта. Це надзвичайно актуально для компаній, що надають послуги, адже їм часто доводиться оновлювати відомості про нововведення, акції, спеціальні пропозиції, заходи чи послуги, актуальні для певного сезону. Подібна система дозволяє оперативно формувати актуальні матеріали, не вдаючись до повної реорганізації наявного дизайну.

Під час дослідження особливу увагу необхідно приділити взаємозв'язку між візуальним оформленням, анімаційними елементами та маркетинговою комунікацією. Успішна мультимедійна система має не тільки відповідати сучасним естетичним стандартам, але й ефективно виконувати поставлені комунікативні завдання.

Також не менш значущою вимогою є здатність мультимедійного рішення пристосовуватися до різноманітних форматів цифрового простору. На сьогоднішній день рекламні матеріали можуть транслюватися одночасно на численних платформах, зокрема в соціальних мережах, на вебсайтах та рекламних екранах. Тому при розробці системи вкрай важливо брати до уваги особливості відображення інформації в різних форматах, технічні стандарти платформ та особливості сприйняття контенту споживачами.

При проєктуванні динамічних модулів системи було враховано ключові положення та стандарти сучасної візуальної мови Google Material Design 3. Зокрема, це стосується принципів чутливої анімації яка забезпечує природність переходів, оптимальну тривалість сприйняття контенту користувачем та бездоганну адаптацію графічних блоків під екрани мобільних гаджетів різної орієнтації.

Крім того, суттєве значення має підтримання єдності стилю мультимедійної системи. Усі шаблони мусять бути інтегровані відповідно до спільної візуальної ідеї, що охоплює вибір кольорів, шрифтів, графічних елементів та технік анімації. Така уніфікація допомагає створити впізнаваний образ бренду. Одночасно система повинна демонструвати достатню гнучкість, щоб її можна було адаптувати до специфічних потреб різноманітних закладів сфери обслуговування.

Таким чином, розробка мультимедійної платформи для генерації анімованих рекламних макетів - це складне завдання, яке об'єднує основи візуального мистецтва, руху зображень та технік просування товарів. Ця тема є надзвичайно актуальною через зростаючий попит на дієві цифрові рекламні рішення, що дозволяють налагодити успішну взаємодію між бізнесом та його

споживачами. Створення подібної системи не лише підвищить результативність маркетингових кампаній компаній, але й узгоджується з передовими напрямками еволюції мультимедійного простору.

1.2. Характеристика закладів сфери послуг та особливості їхньої рекламної діяльності

В рамках моєї дипломної роботи, об'єктом розробленої мультимедійної системи є компанії, що надають послуги. Їхня діяльність передбачає прямий контакт зі споживачами та потребує дієвої рекламної взаємодії. Специфіка сфери послуг полягає в тому, що результат роботи часто є нематеріальним. Тому візуальні засоби комунікації та реклами відіграють надважливу роль у його просуванні. Потенційний клієнт часто складає первинне уявлення про заклад ще до фізичного відвідування. Це враження формується на підставі даних, отриманих з рекламних матеріалів, соціальних мереж, інтернет-сайтів чи інших цифрових каналів. Тому високоякісна візуальна репрезентація бренду є одним із найважливіших факторів успіху для сучасних сервісних установ.

Сьогоднішні підприємства цієї галузі працюють у висококонкурентному середовищі. Це змушує їх активно застосовувати цифрові маркетингові інструменти. Вже значна частина рекламних ініціатив реалізується через соціальні мережі, мультимедійні дисплеї, відеосервіси, мобільні програми та онлайн-платформи. Саме це зумовлює потребу в створенні якісного та гнучкого контенту. Такий контент має ефективно працювати на різних платформах, відповідаючи специфіці їхнього використання.

Підтримання послідовного візуального стилю в усіх рекламних засобах є ключовим викликом для більшості підприємств, що надають послуги. Це означає забезпечення гармонійного використання визначеної палітри кольорів, фірмових шрифтів, графічних образів та характерних способів компоновання. Однорідність у візуальному спілкуванні допомагає формувати непорушний

образ бренду, гарантуючи його розпізнаваність, підсилюючи враження про нього та надаючи йому статусу, що виділяє його серед конкурентів.

Завдяки анімації з'являється можливість втілювати переваги послуг у рухомій формі, виділяти значущі аспекти та покращувати загальне сприйняття рекламної інформації.

Тому для підприємств сфери послуг вельми доречним є впровадження мультимедійних систем з анімованими рекламними шаблонами. Застосування шаблонного методу істотно зменшує часові витрати на розробку рекламних продуктів та полегшує їхню адаптацію до різноманітних каналів розповсюдження.

Під час створення мультимедійної системи, призначеної для задоволення запитів різнотипних закладів сфери послуг, її архітектура має враховувати специфіку певних сфер діяльності. Вона повинна надавати можливість модифікації текстової інформації, графічних об'єктів, колірної гами та анімаційних послідовностей, керуючись особливостями конкретного бренду. Цей підхід гарантує багатофункціональність системи та примножує її практичну значущість.

Розробляючи цю систему, ми зосереджуємося на тому, чого потребує наша цільова аудиторія на сучасних цифрових платформах. Люди хочуть швидко отримувати дані, легко засвоювати інформацію та бачити високоякісну візуальну складову реклами.

Тому, розуміння того, як працюють заклади сфери послуг та як вони рекламуються, стає ключовим елементом у створенні мультимедійної системи з анімованими рекламними шаблонами. Специфіка роботи таких закладів, їхня цільова аудиторія та потреби сучасного цифрового світу формують функціональні, естетичні та технічні аспекти майбутньої системи. Взявши це до уваги, ми зможемо створити універсальний інструмент, який допоможе ефективно доносити рекламні повідомлення та підтримувати привабливість закладів сфери послуг для їхніх клієнтів.

1.3. Цільова аудиторія

Визначення тих, кому призначена реклама, є вирішальним кроком у створенні анімованих шаблонів для рекламних потреб у сфері послуг. Саме вивчення тих, хто потенційно використовуватиме систему, а також тих, хто бачитиме рекламний матеріал, дає змогу сформулювати запити до функціональності, дизайну, структури шаблонів та специфіки анімації. Результативність будь-якої реклами значною мірою залежить від того, наскільки точно її зміст відповідає запитам, інтересам та способам сприйняття групи, на яку вона спрямована.

У межах цього проєкту доцільно аналізувати дві основні групи тих, кому призначена реклама. Перша група - це безпосередні користувачі мультимедійної системи, котрі представляють заклади сфери послуг і застосовуватимуть анімовані шаблони для підготовки рекламної продукції. До цієї категорії входять власники бізнесу, фахівці з маркетингу, менеджери з реклами, відповідальні за контент, та дизайнери, котрі працюють над просуванням бренду в цифровому просторі. Для них важливими є зручність у використанні системи, можливість оперативно змінювати зміст, гнучкість шаблонів та підтримка сталого візуального стилю рекламних матеріалів.

До іншої групи належать кінцеві споживачі рекламної інформації, які є потенційними клієнтами закладів, що надають послуги. Саме на таких осіб спрямовується головний вплив комунікацій, що створюються за допомогою анімованих рекламних матеріалів. Сюди належать користувачі соціальних мереж, відвідувачі вебсторінок, клієнти мобільних програм, а також ті, хто стикається з цифровою рекламою на мультимедійних екранах та інформаційних дисплеях.

Переважну більшість сучасної аудиторії, яка споживає цифровий рекламний контент, складають особи віком від 18 до 45 років. Це активні користувачі мережі Інтернет та мобільних технологій, які постійно отримують інформацію через соціальні платформи, відеосервіси та цифрові послуги. Для

цієї групи характерна швидкість обробки інформації та вибірковість уваги. З огляду на це, рекламний контент мусить бути максимально стислим, візуально привабливим і зрозумілим з перших миттєвостей його сприйняття.

Сучасна аудиторія надає перевагу якісному візуальному контенту. Аналіз тенденцій у цифровій сфері комунікацій показує, що споживачі значно активніше реагують на динамічні рекламні формати, ніж на нерухомі зображення. Анімація, плавні переходи та сучасні візуальні ефекти ефективно привертають увагу та сприяють кращому засвоєнню рекламних повідомлень. Тому для мультимедійних систем надзвичайно важливо застосовувати різноманітні анімаційні підходи, які здатні долати інформаційне перевантаження.

Для компаній, що працюють у сфері послуг, ключовим аспектом є розуміння специфіки своєї цільової аудиторії. Наприклад, ресторани та кафе зосереджують свою увагу переважно на молоді та динамічних міських жителях. Фітнес-клуби націлені на людей, які надають перевагу активному і здоровому способу життя, навчальні заклади - на студентів і їхніх батьків, а медичні центри - на клієнтів різного віку.

Сучасні користувачі цифрового простору мають певні психологічні схильності, які безпосередньо відображаються на вимогах до дизайну. В епоху інформаційного перевантаження більшість людей очікує миттєвого доступу до даних без зайвих перешкод. Це означає, що рекламні матеріали мусять бути лаконічними, чітко організованими та легко зрозумілими на візуальному рівні. Завеликий обсяг тексту або надмірно складні анімації можуть стати бар'єром для ефективної взаємодії, знижуючи загальне залучення цільової аудиторії.

Емоційна складова реклами має виняткове значення. Контент, що викликає позитивні асоціації - з комфортом, надійністю та експертністю – значно ефективніше привертає увагу та спонукає до дії. Тому, розробляючи анімовані рекламні рішення, важливо зосереджуватися не лише на передачі ключової інформації, а й на формуванні бажаного емоційного зв'язку з потенційним клієнтом.

Технічна поведінка цільової аудиторії відіграє не менш значущу роль. Оскільки багато користувачів взаємодіють з рекламним контентом саме з мобільних гаджетів, мультимедійні шаблони зобов'язані коректно відображатися як у вертикальній, так і в горизонтальній орієнтації. Слід також брати до уваги специфіку різних майданчиків для поширення контенту, таких як соціальні мережі, інтернет-сайти, цифрові екрани та мобільні додатки.

Отже, детальний аналіз цільової аудиторії дає змогу визначити комплекс вимог до мультимедійної системи анімованих рекламних шаблонів. Прискіпливе ставлення до соціально-демографічних, психологічних та поведінкових аспектів користувачів сприятиме формуванню дієвого інструменту рекламної комунікації. Цей інструмент буде спроможний задовольнити потреби підприємств сфери послуг та посилити ефективність їхньої маркетингової діяльності. Результати проведення цього дослідження є надзвичайно цінним фундаментом для подальшого проектування архітектури системи, розробки візуальної естетики та обрання анімаційних підходів.

1.4. Аналіз аналогів та прототипів мультимедійних систем анімованих рекламних шаблонів

Під час розробки мультимедійної системи ключовим етапом стало вивчення вже існуючих аналогів та прототипів, що застосовуються для створення цифрового рекламного контенту. Оцінка поточних платформ та сервісів надала можливість встановити найдієвіші методи організації мультимедійних компонентів, побудови шаблонів, схеми взаємодії користувача з системою, а також принципи втілення анімаційних рішень. Зібрані висновки слугують базою для розробки власної проєктної концепції та окреслення його функціонального потенціалу.

Дослідження охопило аналіз найвідоміших цифрових платформ для створення анімованих рекламних матеріалів, таких як Canva, Adobe Express та

VistaCreate. Ці сервіси були обрані через їх інтенсивне використання в галузі цифрового маркетингу, наявність значного асортименту готових шаблонів та забезпечення інструментарієм для створення анімації, що дозволяє генерувати рекламний контент різноманітного призначення.

Серед найбільш популярних рішень виділяється Canva (додаток А.1), що надає широкий вибір готових шаблонів для різноманітних потреб: від публікацій у соцмережах та рекламних банерів до презентацій і відео. Ключова перевага цієї платформи полягає в інтуїтивно зрозумілому інтерфейсі та інструментах, які доступні для широкого кола користувачів, навіть тих, хто не має спеціальної підготовки в дизайні. Система побудована на модульних шаблонах, що дає змогу легко змінювати тексти, кольори та візуальні елементи. Анімація представлена у вигляді готових ефектів для появи, зникнення, руху та зміни розміру об'єктів. Однак, варто зазначити, що функціонал платформи обмежений при створенні складних персоналізованих анімацій і гнучкій адаптації шаблонів під унікальні потреби бренду.

Іншим об'єктом розгляду є Adobe Express (додаток А.2), частина комплексної екосистеми програмних продуктів від Adobe. Особливістю цього сервісу є баланс між простотою використання та можливостями створення контенту професійного рівня. Платформа дозволяє працювати з анімованими елементами, відео, інтерактивними компонентами та підтримує корпоративні стилі. Вагомою перевагою є інтеграція з іншими продуктами Adobe, що розширює потенціал для розробки комплексних маркетингових матеріалів. Водночас для повноцінного використання всіх можливостей платформи, користувачеві бажано мати певні знання в галузі цифрового дизайну.

Окрім цього, проведено дослідження платформи VistaCreate (додаток А.3), спеціально розробленої для оперативного створення рекламних матеріалів, призначених для соціальних мереж та цифрових маркетингових кампаній. Цей інструмент пропонує багатий вибір анімованих шаблонів, готових композицій та графічних елементів, які чудово підходять для розробки відеореклами, банерів та рекламних оголошень. Відмінною рисою платформи є

гнучкі параметри кастомізації шаблонів та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс. Однак, слід зазначити, що значна частина функціоналу базується на застосуванні готових анімаційних сценаріїв, що потенційно може накладати обмеження на креативну свободу та унікальність дизайнерських рішень.

Зіставлення аналізованих платформ дало змогу виявити ряд ключових властивостей, що характеризують сучасні мультимедійні системи, які надають шаблони для анімованої реклами. До таких властивостей належать: модульна організація контенту, можливість оперативного внесення змін до інформації, підтримка різноманітних форматів вихідних даних, застосування готових анімаційних ефектів та пристосування шаблонів для використання на різних цифрових платформах. Усі розглянуті платформи об'єднані спільною метою: зробити процес створення рекламних матеріалів максимально простим і підвищити продуктивність роботи користувачів.

Окрім аналізу схожих рішень, було вивчено прототипи мультимедійних рекламних платформ, які активно застосовуються провідними компаніями та маркетинговими агенціями. Стандартна практика таких систем полягає в дотриманні корпоративного стилю та розробці персональних бібліотек шаблонів для послідовного застосування в рекламних кампаніях. Такий підхід сприяє збереженню цілісності візуального оформлення, прискорює процес створення рекламних матеріалів та гарантує впізнаваність бренду на різноманітних медіамайданчиках.

Під час вивчення прототипів особливий акцент було зроблено на архітектуру анімованих шаблонів. Сучасні системи найчастіше працюють за модульним принципом, де шаблон формується з окремих, самостійних компонентів. До цих компонентів належать текстові блоки, графічні елементи, фотоматеріали, відеовставки та ефекти анімації. Саме така побудова надає системі гнучкості та дозволяє оперативно адаптувати контент до специфічних потреб окремих рекламних кампаній.

Згідно з результатами проведеного дослідження, найвищу ефективність демонструють ті системи, які вдало поєднують легкість управління з доволі

широкими можливостями персоналізації зовнішнього вигляду. Для підприємств, що працюють у сфері послуг, критично важливим є швидке формування рекламних оголошень й оперативне оновлення даних щодо наданих послуг, актуальних акцій та спеціальних пропозицій, уникаючи при цьому необхідності повної зміни загальної структури дизайну.

За результатами здійсненого аналізу було сформульовано основні положення, на які варто опиратися при створенні власної мультимедійної системи, що базується на анімованих рекламних шаблонах. До цих положень належать: модульна структура шаблонів, здатність до адаптації для різних каналів розповсюдження контенту, інтеграція сучасних анімаційних технік, підтримання єдиного стилю та інтуїтивно зрозумілий процес редагування рекламних матеріалів. Саме ці риси складають фундамент для розробки потужного мультимедійного продукту, який цілеспрямовано відповідатиме потребам компаній сфери послуг.

Отже, аналіз аналогів та прототипів підтвердив доцільність застосування шаблонних мультимедійних систем у галузі цифрової реклами. Отримані результати послужили важливим підґрунтям для формування концепції власного проєкту та окреслення ключових функціональних та дизайнерських рішень, які будуть втілені в подальшому процесі розробки.

Висновок

За результатами аналізу теми розробки мультимедійної системи анімованих рекламних шаблонів для підприємств сфери послуг, вивчення специфіки роботи таких компаній, ідентифікації цільової аудиторії, а також дослідження наявних аналогів та прототипів, можна дійти певних висновків щодо подальшого розвитку проєкту.

По-перше, виявлено, що в епоху стрімкого розвитку цифрових технологій та зростаючого значення візуальних комунікацій, мультимедійні рекламні

інструменти стають надзвичайно важливими для просування послуг. Анімований контент дає змогу ефективніше привертати увагу потенційних клієнтів, ніж статична реклама, збільшує рівень зацікавленості користувачів та сприяє кращому засвоєнню інформації. Отже, створення такої мультимедійної системи є актуальним завданням для сучасного графічного та мультимедійного дизайну.

По-друге, аналіз специфіки роботи компаній сфери послуг виявив, що для ефективної конкуренції їхній рекламній комунікації необхідні сучасні, гнучкі та якісні інструменти. Ключовим аспектом для таких інструментів є швидкість внесення змін, збереження узгодженості брендингу та сумісність з різними цифровими середовищами. Відтак, застосування системи рухомих шаблонів стає логічним кроком, що спрощує створення рекламних матеріалів і гарантує їхнє візуальне єднання.

По-третє, вивчення споживачів дозволило виявити ключові аспекти того, як вони взаємодіють із сучасним цифровим контентом. Я виявила, що люди віддають перевагу стислим, естетично виразним та енергійним рекламним повідомленням, які швидко доносять суть і формують позитивну емоційну реакцію. При плануванні проєкту було критично важливо враховувати особливості поведінки, соціально-демографічні та психологічні риси цільової групи.

По-четверте, дослідження сучасних аналогів і прототипів, що стосуються створення анімованої реклами, дало змогу виявити ключові принципи формування ефективних шаблонів. Крім того, були ідентифіковані певні вади наявних рішень. До них належать: низька гнучкість у налаштуванні шаблонів, надмірне застосування шаблонних анімаційних ефектів та браку належної адаптації до специфічних вимог конкретних закладів у сфері послуг.

Таким чином, висновки проведеного аналізу заклали необхідну теоретичну, аналітичну та методологічну основу для подальших кроків роботи над дипломним проєктом. Зібрана інформація буде використана при формуванні концепції мультимедійної системи, що сприятиме створенню

сучасного продукту. Цей продукт відповідатиме актуальним запитам та допоможе підвищити результативність маркетингових заходів.

РОЗДІЛ 2

ПРОЄКТНА КОНЦЕПЦІЯ

У другому розділі кваліфікаційної роботи висвітлено процес формування та теоретичного обґрунтування проєктної концепції мультимедійної платформи, призначеної для створення анімованих рекламних шаблонів. Основну увагу приділено визначенню фундаментальних принципів функціональності, композиційної побудови та стилістичного оформлення майбутньої системи, що орієнтована на сферу послуг та гостинності.

У межах розділу здійснено детальний аналіз архітектури системи, розроблено її модульну структуру, обґрунтовано вибір візуальних та анімаційних рішень, а також визначено специфіку взаємодії користувача з елементами інтерфейсу. Окреслено підходи до створення універсального дизайн-конструктора, який дозволяє гармонійно поєднувати стандартизацію загальних процесів із гнучкістю індивідуального налаштування рекламних матеріалів під фірмовий стиль конкретного бренду.

2.1. Формування концепції

Розробка концепції мультимедійної платформи для створення анімованих рекламних шаблонів - це ключовий етап проєктної діяльності. Саме тут закладаються фундаментальні принципи функціональності, стилістики та візуального оформлення майбутньої системи. Концепція окреслює загальне бачення проєкту, його архітектуру, особливості взаємодії користувача з шаблонами, специфіку графічного дизайну та підходи до застосування анімації. Вона слугує міцним фундаментом для розробки всіх компонентів системи, гарантуючи єдність дизайнерського задуму.

При формуванні цієї концепції ми спиралися на аналіз сучасного цифрового простору, специфіку рекламної діяльності у сфері послуг, потреби багатьох потенційних користувачів системи, а також на актуальні тренди в мультимедійному дизайні. Важливою вимогою було створення універсального інструменту, придатного для різноманітних типів закладів: від салонів краси та спортивних клубів до медичних і освітніх установ, а також інших організацій, що регулярно потребують створення рекламних матеріалів.

На початковому етапі розробки концепції було проведено чітке окреслення ключового завдання проєкту. Мною було Я зрозуміла, що основна мета створення мультимедійної системи полягає у формуванні універсального інструментарію для прискореного й результативного створення анімованих рекламних продуктів. Ця система має на меті надати спроможність генерувати візуально привабливий зміст, усуваючи потребу у повному проєктуванні кожного рекламного матеріалу з нуля. Такий метод роботи сприятиме наданню переваг у процесі розробки рекламної продукції, скороченню часових витрат та гарантуванню цілісності стилістичного оформлення.

Одним із найважливіших аспектів цієї концепції є досягнення гармонії між загальною універсальністю та можливістю індивідуального налаштування. За основу, шаблони мають мати уніфіковану структуру та відповідати спільним принципам формування. Водночас вони повинні надавати можливість адаптації до специфічних потреб конкретного підприємства, його корпоративної ідентичності та поставлених маркетингових цілей. Саме для реалізації цього, система повинна забезпечувати опції для зміни текстової інформації, візуальних елементів, колірної палітри, зображень, логотипів та окремих анімаційних блоків, при цьому зберігаючи цілісність загальної композиційної побудови.

Наступною ланкою в процесі став розвиток цілісного візуального образу системи. За основу методології взято сучасний мінімалістичний підхід до дизайну, що відзначається лаконічністю композицій, зрозумілою структурою контенту та відмовою від зайвих оздоблень. Така стратегія гарантує широку

придатність шаблонів і надає можливість їхньої трансформації під різноманітні галузі сервісного обслуговування.

Особливу увагу було надано формуванню колірної гами системи. З огляду на те що шаблони призначені для широкого кола компаній, основна колірна гама побудована на спокійних відтінках, які легко інтегруються в корпоративну ідентичність певного бренду (додаток Б.1). Продумано впровадження гнучкої схеми колірних акцентів, яка дозволяє коригувати зовнішній вигляд шаблонів відповідно до фірмового стилю кожного клієнта. Колір у розробленій концепції слугує не лише для естетики, але й функціонує як інструмент візуальної навігації, виділення ключових даних та організації ієрархії елементів.

Проектування структури анімованих шаблонів виявилось одним із ключових аспектів розробленої концепції. За основу конструкції всіх шаблонів було взято модульний підхід, який передбачає розділення загальної композиції на самодостатні функціональні секції. До таких секцій, зокрема, належать: верхня панель із заголовком, основний інформаційний блок, візуальний контент, фірмовий знак, дані для зв'язку та додаткові маркетингові модулі (додаток Б.2). Такий підхід до побудови забезпечує гнучкість при редагуванні та дозволяє оперативно підлаштовувати шаблон під різноманітні рекламні цілі.

Не менш важливим є врахування стилістики анімації. Зважаючи на особливості рекламної діяльності в онлайн-просторі, було прийнято рішення про використання стриманих, функціонально виправданих анімаційних ефектів. Основна мета таких ефектів полягає в тому, щоб зосередити увагу споживача на найважливіших частинах композиції та полегшити засвоєння інформації. Для цього планується застосовувати плавні варіанти появи елементів, ефекти зміни насиченості кольору, незначні переміщення графіки, зміни масштабу, а також циклічні анімації для елементів декоративного призначення. Жоден анімаційний сценарій не має бути надмірним або відвертати увагу від головного посилання рекламного повідомлення, а навпаки - сприяти його кращому сприйняттю.

Розробляючи саму концепцію, не забували про цільову аудиторію. Сьогоднішні споживачі прагнуть отримати інформацію якомога швидше, тому структура шаблонів створюватиметься саме для цього. Усі компоненти композиції будуть розміщені так, щоб забезпечити зручне сприйняття матеріалів, незалежно від способу їх відображення.

Отже, концепція мультимедійних систем з анімованими шаблонами для реклами базується на злитті актуальних підходів до мультимедійного дизайну, модульного проєктування та сучасних цифрових технологій в рекламі. Вона враховує потреби бізнесів у сфері послуг, специфіку сучасної аудиторії та потреби цифрового світу. Ця концепція послужила фундаментом для подальшого створення структури системи, розробки візуальних елементів, проєктування шаблонів та впровадження анімаційних рішень, які гарантують дієвість майбутнього мультимедійного продукту.

2.2. Розробка пошукових варіантів

Створення пошукових варіантів анімованих рекламних шаблонів є наступним не менш важливим етапом проєктування мультимедійної системи після формування її загальної концепції. На цьому етапі було виготовлено декілька варіантів шаблонів для подальшого аналізу та вибору найбільш вдалих рішень.

Основною метою стало визначення оптимальної структури шаблонів, що забезпечить зручне розміщення матеріалів, адаптивність до різних рекламних завдань та збереження єдиного візуального стилю. Під час роботи було опрацьовано композиційні рішення, колірну палітру, типографіку та анімаційні ефекти.

Для розробки шаблонів було визначено основні структурні елементи: заголовок, інформаційний блок, зону візуального контенту, логотип і контактні

дані. Було виготовлено декілька схем їх розташування, що дало змогу оцінити логіку композиції та зручність сприйняття інформації (додаток Б.3).

Графічна частина та вибір колірної палітри заслуговують на окрему увагу. Я підготувала кілька варіантів, що відрізняються за ступенем контрастності та акцентуації, і проаналізував їх придатність для різних типів закладів сфери послуг.

Крім того, було експериментально перевірено різні сценарії анімації. Це включало ефекти появи блоків з інформацією, плавного руху об'єктів, зміни ступеня прозорості та інші динамічні елементи. Оцінка проводилася з погляду легкості сприйняття даних та загальної результативності візуальної комунікації.

У ході виконання роботи було протестовано, як шаблони адаптуються до вертикальних, горизонтальних та квадратних форматів. Це виявило загальні засади побудови композицій, які підходять для соціальних мереж, вебсайтів та мультимедійних дисплеїв.

Завдяки цьому було створено низку варіантів анімаційних рекламних шаблонів для дослідження. Вони послужили фундаментом для обрання остаточного рішення та створення мультимедійної системи.

Висновок

Процес обирання найкращих зразків анімованих рекламних шаблонів для медіасистеми був спрямований на пошук найефективнішого підходу. На цій стадії розроблено низку прототипів, які демонстрували відмінності у компонованні, візуальному стилі та динаміці.

Під час виготовлення шаблонів були виділені ключові компоненти: візуальний контент, ключове повідомлення, інформаційний блок, фірмовий знак та дані для зв'язку. Для їхнього розташування було сформовано різноманітні структури, що дозволило проаналізувати легкість засвоєння інформації та візуальне підпорядкування елементів.

Проаналізовано різноманітні комбінації кольорів та стилістичні підходи до візуального оформлення. Для кожного зразка було ретельно підібрано колірні схеми, що гарантують чітке сприйняття даних та відповідають актуальним нормам цифрового маркетингу.

Також було проведено окреме тестування анімаційних ефектів, таких як поява текстових блоків, плавне переміщення об'єктів, регулювання рівня прозорості та зміна розмірів. Це допомогло встановити найефективніші методи представлення контенту, уникаючи надмірної візуальної складності.

Також було перевірено сумісність макетів з вертикальним, горизонтальним та квадратним форматами. Це гарантує можливість їх застосування у соціальних мережах, на вебсайтах та мультимедійних дисплеях.

При визначенні якості враховувалися легкість сприйняття контенту, єдність стилю, результативність анімації та потенціал для подальшого доопрацювання макетів. На підставі аналізу було обрано найкращий варіант, який став фундаментом для майбутньої розробки мультимедійної системи.

РОЗДІЛ 3

ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТУ

У третьому розділі кваліфікаційної роботи представлено практичний етап розробки мультимедійної системи анімованих рекламних шаблонів. На основі сформованої раніше проєктної концепції здійснено поетапне втілення візуальних та структурних елементів системи, спрямованих на вирішення конкретних маркетингових і комунікаційних завдань підприємств сфери послуг.

У межах розділу детально висвітлено процес створення колористичного атласу та побудови композиційних моделей макетів на основі модульних сіток. Значну увагу приділено практичному налаштуванню візуальної ієрархії, інтеграції статичних графічних елементів з анімаційними сценаріями, а також розробці адаптивних версій шаблонів для різних форматів цифрових носіїв. Описані рішення демонструють практичну цінність спроектованого дизайн-конструктора як комплексного інструменту для створення динамічного рекламного контенту.

3.1. Колористичне та композиційне рішення

Кольорове та композиційне оформлення мультимедійної системи анімованих рекламних шаблонів є одним із ключових чинників її візуальної дієвості, адже саме через ці засоби формується сприйняття реклами, забезпечується її читабельність та створюється емоційний зв'язок із цільовою аудиторією. У межах практичного втілення проєкту було розроблено універсальну систему візуальних засад, яка може застосовуватися для створення рекламних матеріалів закладів сфери послуг різного типу.

Колористичне рішення

При створенні системи шаблонів для анімованої реклами ключовим моментом є ретельний вибір кольорової схеми. Колірна палітра повинна сприяти легкому сприйняттю інформації та давати змогу адаптувати шаблони до потреб різноманітних закладів у сфері послуг.

Як базовий варіант я застосувала нейтральну палітру, яка включає світлі та темні тони (додаток А.1). Ці відтінки слугуватимуть для оформлення фону, текстових блоків та другорядних деталей. Такий метод дозволить без зусиль замінювати акцентні кольори, надаючи їм відповідність корпоративному стилю певного закладу, при цьому не вимагаючи перероблювання загальної структури шаблону.

Для привернення уваги до головних відомостей застосовуються яскраві колірні виділення, що створюють контраст (додаток А.1). Ці елементи використовуються для заголовків, вигідних пропозицій, кнопок та інших значущих компонентів. Завдяки цьому, глядач швидше охоплює ключове послання та може легко зорієнтуватися в рекламній продукції.

При підборі колірної гами, також було принципово важливим забезпечити легкість читання тексту як на різноманітних типах дисплеїв, так і в різних форматах презентації матеріалів.

Композиційне рішення

Структурування макетів продумувалося за елементами, що дозволяє гнучко трансформувати окремі частини, зберігаючи цілісність дизайну, та адаптувати макети під різноманітний рекламний контент.

Ключовими складовими дизайну стануть: заголовок, візуальна частина, текстовий опис, брендовий елемент та контактна інформація. Для їх розташування було створено низку варіантів.

Під час розробки дизайну надзвичайно важливо зосередитися на візуальній ієрархії. Ключові компоненти слід розміщувати в центрі уваги, підкреслюючи їх розміром та кольором. Інша інформація, яка має менше значення, буде розташована у периферійних областях, що сприятиме послідовному та зрозумілому сприйняттю матеріалу.

Для створення макетів було застосовано модульну сітку (додаток В.1). Ця система структурувала елементи та підтримувала узгодженість стилю в усіх шаблонах. Крім того, такий метод полегшує пристосування дизайну до різних пропорцій екранів: вертикальних, горизонтальних та квадратних.

Поєднання колористики, композиції та анімації

Анімація є частиною розробленої системи та слугує для підсилення картини. Основними ефектами стали плавна поява частин, зміна прозорості, переміщення текстових блоків і масштабування окремих об'єктів.

Анімаційні ефекти використовуються для послідовної подачі даних та акцентування уваги на важливих деталях. Завдяки цьому користувач отримує відомості поступово, що покращує їх сприйняття та робить рекламний контент більш динамічним.

У результаті було сформовано колористичне та композиційне рішення, яке забезпечує цілісність дизайну, зручність сприйняття інформації та можливість адаптації шаблонів до різних рекламних завдань і форматів розташування.

3.2. Вибір формату та шрифтове оформлення

Вибір формату та шрифтового оформлення є не менш важливою частиною практичної реалізації мультимедійної системи анімованих рекламних шаблонів. Від цих рішень залежить зручність використання шаблонів на різних цифрових платформах, читабельність інформації та цілісність візуального стилю системи.

Вибір формату

Для того щоб створити систему, необхідно було дослідити найпоширеніші типи цифрового контенту: вертикальний (співвідношення сторін 9:16), квадратний (1:1) та горизонтальний (16:9). Пріоритет було надано вертикальному формату з роздільною здатністю 1080×1920 пікселів, який

активно використовується у таких платформах, як Instagram Stories, Instagram Reels, TikTok та YouTube Shorts.

Такий вибір формату зумовлений тим, що значна частина користувачів сприймає рекламну інформацію саме через мобільні гаджети. Вертикальне розташування контенту гарантує найповніше використання простору екрана, а також полегшує розміщення всіх ключових елементів дизайну.

Структура створена на основі модульного підходу. Верхній блок відведено під заголовки та основні рекламні заклики, середня частина відіграє роль вмістилища головного контенту, а нижня слугує для розміщення контактів, кнопок із закликом до дії або додаткових даних. Подібний поділ дозволяє легко змінювати оформлення шаблонів для різних рекламних цілей, не порушуючи загального дизайну.

Щоб продемонструвати адаптивність системи, було розроблено також версії шаблонів розміром 1080×1080 та 1920×1080 пікселів. Це відкрило дорогу до застосування створених елементів як у соціальних мережах, так і на вебсайтах чи рекламних моніторах.

Шрифтове оформлення

При розробці шрифтового оформлення було критично важливо врахувати особливості цифрового простору та загальний стиль проєкту. Для створення шаблонів ми обрали шрифт Montserrat, який належить до групи сучасних антиків без засічок, вирізняється чіткими, геометрично вивіреними формами та чудовою читабельністю.

Заголовки оформлено за допомогою накреслення Montserrat ExtraBold, що миттєво привертає увагу до ключового меседжу (додаток В.2). Для підзаголовків обрано Montserrat SemiBold, а для допоміжних відомостей та контактної інформації - Montserrat Regular. Таке збалансоване поєднання сприяло формуванню ясної типографічної градації та полегшило процес засвоєння контенту.

Для розробки шаблонів було критично важливо забезпечити належний контраст між текстом та фоном. Оскільки основа системи - темний фон з

яскравими неоновими акцентами, текстові елементи переважно представлені білим або світлими кольорами. Це гарантує чітку читабельність тексту на різноманітних дисплеях.

Вибраний шрифт застосовується в усіх ключових компонентах системи, охоплюючи заголовки, підзаголовки, інформаційні блоки, кнопки заклику до дії, маркування акційних пропозицій та елементи навігації. Такий універсальний підхід до шрифтового оформлення створює цілісний та гармонійний візуальний досвід у всій колекції шаблонів.

Поєднання формату та шрифтового оформлення в системі

Дизайн та типографіка створені як нерозривні частини цілісної мультимедійної платформи. Вертикальне розташування елементів композиції забезпечує послідовне сприйняття інформації: від головного заголовка до основного тексту, а потім до кнопки із закликом до дії або контактної інформації.

Вибраний шрифт гармонує з геометричними фігурами, рамками, банерами, кнопками та іншими графічними об'єктами, що складають основу розробленої бібліотеки. Це дозволяє всім елементам системи мати однаковий стилістичний вигляд і легко поєднуватися в межах одного маркетингового проєкту.

Окрім статичного розміщення, літерні блоки адаптовано для анімації. Для текстових частин залучаються ефекти плавного проявлення, трансформації непрозорості, зміни розміру та руху. Подібні техніки збагачують візуальну енергетику макетів, не зашкодивши сприйняттю написаного.

Отже, рішення на користь вертикальної орієнтації та шрифт Montserrat дали змогу розробити єдину систему анімаційних маркетингових макетів, оптимізовану для сучасних цифрових медіа. Запропоновані підходи гарантують легкість роботи з шаблонами, відмінне сприйняття даних та узгодженість зовнішнього вигляду всіх елементів системи.

3.3. Розробка графічних елементів та анімаційного рішення

Розробка візуальних компонентів та анімаційного дизайну виявилася не менш важливим та кроком у втіленні мультимедійної системи, призначеної для створення анімованих рекламних шаблонів для підприємств сфери послуг. На цій стадії було створено комплект стандартизованих частин, які дозволяють оперативно генерувати рекламний контент для різноманітних потреб, а також пристосовувати його до різних форматів цифрових носіїв.

Розробка графічних елементів

Графічна частина проєкту була створена у програмі Adobe Illustrator із використанням векторної графіки. Основною перевагою такого підходу є можливість масштабування елементів без втрати якості та їх подальша адаптація до різних форматів рекламних носіїв.

У межах проєкту було створено бібліотеку графічних компонентів, до складу якої увійшли:

- банери та плашки для розміщення текстової інформації;
- геометричні форми;
- текстові блоки для заголовків, підзаголовків та рекламних повідомлень
- кнопки заклику до дії;
- набори універсальних іконок;
- рамки для фото- та відеоконтенту;
- інформаційні бейджі та маркери акцій;
- декоративні графічні елементи;
- індикатори та прогрес-бари;
- світлові ефекти;
- елементи соціальних мереж;
- QR-блоки та контактні модулі;

Усі компоненти були структуровані за окремими категоріями та розташовані на окремих шарах для подальшого імпорту в Adobe After Effects і незалежної анімації кожного елемента.

Основою візуального стилю стала контрастна кольорова схема, побудована на поєднанні темного фону та яскравих неонових акцентів. Для фонових елементів використовувалися темно-синій (#050B17) і темно-графітовий (#08111F) кольори. Акцентні елементи виконано у фіолетово-блакитних градієнтах (#7B2CFF - #4A6CFF), а також із використанням помаранчевого (#FFB300), яскраво-помаранчевого (#FF6B00) та рожевого (#FF2D7A) кольорів. Таке поєднання забезпечує високий рівень контрастності та привертає увагу користувача до ключової інформації.

Для текстового оформлення використано шрифт Montserrat, який широко застосовується у цифровому дизайні завдяки простим геометричним формам, високій читабельності та універсальності. Для заголовків використовувалося накреслення ExtraBold та Bold, для підзаголовків - SemiBold, а для допоміжної інформації - Regular та Medium. Така система дозволяє легко формувати візуальну ієрархію та забезпечує швидке сприйняття інформації на різних типах екранів.

Розробка анімаційного рішення

Після створення графічної бібліотеки всі елементи були імпортовані до середовища Adobe After Effects для подальшої анімації. Імпорт здійснювався у режимі Composition - Retain Layer Sizes, що дозволило зберегти структуру шарів та анімувати кожен елемент окремо.

Під час створення шаблонів використовувалися базові параметри трансформації:

- Position;
- Scale;
- Rotation;
- Opacity.

Основними типами анімації стали:

- плавна поява елементів через зміну прозорості;
- переміщення об'єктів із різних напрямків;

- масштабування елементів;
- анімація світлових ефектів та ефектів сяйва;
- циклічний рух декоративних об'єктів.

Для створення природного руху використовувалися інструменти Easy Ease та Graph Editor, які дозволяють налаштовувати прискорення та уповільнення анімації. Завдяки цьому рух елементів виглядає плавним і комфортним для сприйняття.

Частота кадрів усіх композицій становить 30 fps, що відповідає вимогам сучасних цифрових платформ. Тривалість анімованих шаблонів знаходиться в межах 15-30 секунд залежно від структури рекламного повідомлення та кількості інформаційних блоків.

Інтеграція графічних та анімаційних елементів

Під час побудови композицій використовувався принцип візуальної ієрархії. Послідовність появи елементів організована таким чином, щоб користувач поступово отримував інформацію:

- Заголовок
- Основний контент
- Додаткова інформація
- Кнопка заклику до дії.

Для коректного відображення шаблонів у соціальних мережах були враховані безпечні зони розміщення контенту. Основна інформація розташовувалася в центральній області композиції, що дозволяє уникнути перекриття елементів інтерфейсом мобільних застосунків.

Створена бібліотека графічних компонентів та розроблені анімаційні сценарії забезпечують можливість швидкого формування рекламних відеоматеріалів для різних напрямів сфери послуг без необхідності повторного створення графічних елементів. Це підвищує ефективність роботи дизайнера та забезпечує стилістичну єдність усіх рекламних матеріалів системи.

Створена бібліотека графічних компонентів та розроблені анімаційні сценарії забезпечують можливість швидкого формування рекламних відеоматеріалів для різних напрямів сфери послуг без необхідності повторного створення графічних елементів. Це підвищує ефективність роботи дизайнера та забезпечує стилістичну єдність усіх рекламних матеріалів системи.

Практична апробація розробленого інструментарію та комплексне поєднання створених модульних елементів, масивних шрифтових рішень і неонових акцентів дозволили сформувати серію фінальних рекламних постерів для закладів сфери послуг. Результати цього експериментального моделювання та приклади готових композицій, які кінцевий користувач може оперативно зібрати на основі створеної бази даних, винесено у (додаток В.3).

3.4. Особливості технічного виконання

Розробка технічної складової мультимедійного комплексу анімованих рекламних заготовок включала в себе етапи підготовки візуальної бази, комп'ютерної анімації, конфігурації параметрів демонстрації та фінального формування зразків для розгортання на цифрових носіях. Ключовий пріоритет на даній стадії відводився гарантуванню безперебійного функціонування анімаційних ефектів, збереженню високої візуальної чіткості та забезпеченню гнучкості шаблонів для легкого пристосування до різноманітних рекламних матеріалів.

Використане програмне забезпечення

Для реалізації проєкту використовувався комплекс програм Adobe Creative Cloud:

Adobe Illustrator - для створення векторних графічних елементів, кнопок, інформаційних блоків, іконок, рамок, декоративних фігур та інших компонентів системи шаблонів;

Adobe Photoshop - для підготовки растрових зображень, текстур, світлових ефектів та корекції кольору; Adobe After Effects - для створення анімації, налаштування руху об'єктів, роботи з таймінгом сцен та підготовки фінальних відеофайлів;

Adobe Media Encoder - для експорту та оптимізації готових анімаційних матеріалів.

Використання цих програм забезпечило зручну взаємодію між етапами створення графіки та анімації, а також дозволило зберегти структуру проєкту під час внесення змін.

Технічні параметри проєкту

Базовим форматом шаблонів було обрано роздільну здатність 1080×1920 пікселів зі співвідношенням сторін 9:16, що відповідає вимогам Instagram Stories, Instagram Reels, TikTok та YouTube Shorts.

Для адаптації контенту також були передбачені формати:

- 1080×1080 px (1:1) для стрічки соціальних мереж;
- 1920×1080 px (16:9) для вебсайтів, презентацій та рекламних екранів.

Усі графічні матеріали створювалися в колірному просторі RGB з використанням профілю sRGB IEC61966-2.1, що забезпечує коректне відображення кольорів на цифрових пристроях.

Шрифтове оформлення

У проєкті використовувався сучасний гротескний шрифт Montserrat, який добре читається на екранах різного розміру та підтримує сучасну стилістику цифрового дизайну.

Для побудови типографічної ієрархії застосовувалися різні накреслення шрифту:

Montserrat Bold - для заголовків та основних рекламних повідомлень;

Montserrat SemiBold - для підзаголовків та акцентних блоків;

Montserrat Regular - для додаткової інформації та описів.

Такий підхід забезпечив читабельність тексту навіть під час анімації та швидкого перегляду контенту.

Параметри анімації

Анімація створювалася в Adobe After Effects із використанням стандартних параметрів трансформації:

- Position;
- Scale;
- Rotation;
- Opacity.

Основними типами анімації стали:

- плавна поява елементів через зміну прозорості;
- поява об'єктів із різних напрямків;
- масштабування елементів;
- анімація світлових ефектів;
- циклічні рухи декоративних об'єктів.

Для забезпечення плавності руху використовувалися інструменти Easy Ease та Graph Editor, які дозволяють налаштовувати прискорення і сповільнення анімації.

Частота кадрів становила 30 fps, що забезпечує плавне відтворення відео на сучасних цифрових платформах.

Тривалість одного анімованого шаблону складала від 15 до 30 секунд залежно від обсягу інформації та сценарію рекламного повідомлення.

Організація композиції та безпечні зони

Під час створення шаблонів враховувалися особливості інтерфейсів соціальних мереж. Для запобігання перекриттю контенту елементами інтерфейсу використовувалися безпечні зони.

Основна інформація розташовувалася в центральній області композиції, а відступи від верхнього та нижнього країв становили не менше 250 пікселів.

Усі графічні елементи розміщувалися на окремих шарах, що дозволяло виконувати їх незалежну анімацію та швидко змінювати структуру шаблонів відповідно до потреб конкретного рекламного матеріалу.

Формати експорту та оптимізація

Фінальні анімовані шаблони експортувалися через Adobe Media Encoder.

Основним форматом експорту було обрано:

MP4 (H.264) - для соціальних мереж, вебплатформ та цифрових екранів.

Для елементів із прозорим фоном використовувався:

MOV (Apple ProRes 4444) з підтримкою альфа-каналу.

Графічні матеріали зберігалися у форматах:

AI - для редагування;

SVG - для масштабованої векторної графіки;

PNG - для растрових елементів із прозорим фоном.

Для відеофайлів використовувався бітрейт 10 - 20 Мбіт/с, що забезпечує високу якість зображення при оптимальному розмірі файлу.

Тестування готової системи

Після завершення розробки було проведено тестування шаблонів на різних цифрових платформах.

Перевірялися:

коректність відтворення анімації;

читабельність текстових блоків;

робота світлових ефектів;

відображення кольорів на різних пристроях;

адаптація до форматів 9:16, 1:1 та 16:9.

У результаті було створено мультимедійну систему анімованих рекламних шаблонів, яка забезпечує швидке створення рекламного контенту для закладів сфери послуг, підтримує єдину візуальну стилістику та адаптується до сучасних цифрових платформ(додаток В.4).

Висновок

Під час роботи над дипломним проєктом було створено мультимедійне рішення, що являє собою бібліотеку анімованих рекламних макетів, призначених для підприємств сфери послуг. Ключовим досягненням роботи є розробка універсального набору графічних елементів та готових анімованих шаблонів. Ці елементи призначені для оперативного створення рекламних матеріалів, що можуть бути використані в соціальних мережах, на цифрових дисплеях та вебсайтах.

У ході практичного втілення проєкту була сформована комплексна система візуальних елементів, яка містить банери, текстові блоки, кнопки із закликом до дії, інформаційні блоки, рамки для зображень та відео, QR-коди, декоративні елементи, іконки та елементи для соціальних медіа. Важливою особливістю всіх розроблених компонентів є їх створення у векторному форматі. Це дозволяє без втрати чіткості та якості масштабувати їх та адаптувати до різноманітних рекламних форматів.

Візуальна естетика розроблена на основі насиченого контрасту між темною основою та динамічними, виразними кольорами й переходами. Базовими кольорами стали глибокі сині та графітові тони, доповнені плавними переходами від фіолетового до блакитного, а також яскраві кольори помаранчевого та рожевого як акценти. Цей підхід гарантує відмінну видимість рекламної продукції в онлайн-просторі та відображає актуальні дизайнерські тренди.

Разом із цим, для текстового оформлення був застосований шрифт Montserrat, належний до групи гротесків. Він вирізняється чудовою читабельністю та відмінно підходить для використання в анімаційних елементах. Залучення різноманітних накреслень цього шрифту дозволило створити виразну структуру контенту, полегшуючи швидке засвоєння ключових повідомлень реклами.

Анімаційні елементи проєкту створювалися у програмі Adobe After Effects. Для цього застосовувалися стандартні інструменти трансформації, а також ефекти плавної появи, масштабування та переміщення об'єктів. Для досягнення природності анімації використовувалися функції Easy Ease та Graph Editor. Усі шаблони розроблено за модульним підходом, що гарантує легкість внесення змін до контенту без потреби дублювати створення анімаційних послідовностей.

У процесі роботи над проєктом використовувалися такі програми: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe After Effects та Adobe Media Encoder. Готові матеріали були експортовані у форматі MP4 з кодеком H.264. Такий формат забезпечує відмінну сумісність з актуальними цифровими платформами та популярними соціальними мережами.

Підсумком дипломного проєкту стала розробка дієвої мультимедійної платформи з анімованими рекламними зразками. Ця система об'єднує актуальні дизайнерські рішення, інтуїтивність взаємодії та гнучкість у застосуванні для різноманітних галузей сфери послуг. Створена платформа ідеально підійде для розробки реклами для закладів громадського харчування, б'юті-салонів, ресторанів, торгових точок та інших підприємств сфери обслуговування, гарантуючи оперативність створення контенту та узгодженість візуального стилю в усіх рекламних кампаніях.

РОЗДІЛ 4

ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ТА РЕСУРСИ СТВОРЕННЯ

У четвертому розділі кваліфікаційної роботи наведено техніко-економічне обґрунтування проєкту та визначено комплекс ресурсів, необхідних для успішного створення й функціонування розробленої мультимедійної системи. Проаналізовано практичні аспекти реалізації анімованих рекламних шаблонів, технологічну послідовність їхнього проєктування, а також інструментальні засоби, що забезпечують оптимізацію робочого процесу.

У межах розділу особливу увагу приділено етапам інтеграції графічних та анімаційних компонентів, вибору програмного забезпечення та оцінці ефективності впровадження системи. Розглянуто ресурсне забезпечення проєкту, зокрема технічні, програмні та часові витрати, що дозволяє обґрунтувати доцільність розробки універсального дизайн-конструктора з погляду практичної цінності для сучасного ринку цифрової реклами у сфері послуг.

4.1. Технологія створення мультимедійної системи

Розробка системи мультимедійних анімованих рекламних шаблонів для закладів сфери послуг проходила послідовно, від побудови їхньої структури до остаточного виведення готових анімаційних матеріалів. Проєкт спирався на розроблену раніше концепцію єдиної візуальної системи.

Перший етап включав визначення загальної структури шаблонів, принципів композиції та колірної схеми. Система задумувалася як універсальна, тому її можна застосовувати в різних сферах послуг, таких як медичні установи, навчальні заклади, підприємства громадського харчування та

сервісні організації. На цій основі й була сформована базова структура шаблонів.

У процесі роботи над візуальною частиною були розроблені ключові компоненти шаблонів: візуальні матеріали, елементи фону та текстові поля із промотекстами. Для текстового наповнення було обрано актуальний шрифт без засічок, що нагадує Montserrat або Inter. Такий вибір зумовлено потребою у високій розбірливості та відповідності вимогам цифрового відображення.

Наступним кроком була інтеграція розроблених елементів в анімаційне середовище, а також налаштування їхньої взаємодії. Для графічних об'єктів застосовувалися основні типи анімаційних змін: поява, зміна позиції, збільшення та зменшення та регулювання прозорості. Для досягнення природності та плавності руху долучено криві інтерполяції з ефектами поступового початку та завершення.

Логіка побудови анімації полягає в забезпеченні плавного переходу уваги глядача: спершу фокус на головному візуальному об'єкті, потім на текстовій інформації та другорядних деталях. Такий підхід гарантує швидке донесення головної маркетингової ідеї.

Фінальним кроком стало тестування розроблених анімаційних заготовок: перевірка правильності тривалості, зручності читання написів, співвідношення кольорів та гармонійності оформлення. Далі було здійснено конвертацію у формати, оптимізовані для застосування на різноманітних цифрових платформах та відображення на екранах.

У результаті створено універсальну мультимедійну систему анімованих рекламних шаблонів, яка є адаптивною до різних сфер послуг, підтримує єдину стилістику та може використовуватися на різних цифрових носіях без втрати якості сприйняття інформації.

4.2. Програмне забезпечення для реалізації проєкту

Для створення мультимедійної системи анімованих рекламних шаблонів у рамках дипломної роботи було застосовано комплект спеціалізованих програмних засобів, призначених для роботи з векторними та растровими зображеннями, а також для генерування й опрацювання анімаційного контенту. Вибір програмного забезпечення диктувався потребою досягнення високої якості візуальної продукції, забезпеченням гнучкості при роботі з окремими компонентами та можливістю адаптувати кінцеві рішення для інтеграції на різноманітні цифрові платформи в закладах сфери обслуговування.

Adobe Illustrator виступав ключовим інструментом для підготовки векторної графіки. Саме в цьому середовищі створювалися базові графічні компоненти системи шаблонів, зокрема: ілюстрації товарів, декоративні модульні елементи, іконки та типографічні рішення. Застосування векторного підходу надало можливість масштабувати графічні матеріали без погіршення їхньої якості, що є надзвичайно важливим для подальшого використання контенту в різних форматах - від екранів мобільних пристроїв до великоформатних цифрових дисплеїв у приміщеннях кав'ярень.

Для роботи з растровою графікою та підготовки фонових елементів застосовувався Adobe Photoshop. Ця програма використовувалась для ретушування товарів, виправлення кольору, налаштування контрастності та світлотіні, а також для створення різноманітних текстур і фонів. Особливий акцент було зроблено на поглибленні візуального сприйняття зображень та наданні рекламованим продуктам апетитного та привабливого вигляду.

Adobe After Effects слугував основною платформою для розробки анімаційної складової. Тут відбувалася інтеграція всіх графічних елементів в єдину композицію, контролювалося переміщення об'єктів, формувалися сцени, а також створювалися ефекти, що додавали динаміки. Серед іншого, була реалізована анімація появи продуктів і текстових блоків, циклічні рухи декоративних елементів, застосовані ефекти світіння та забезпечені плавні

переходи між різними станами композиції. Крім того, в After Effects здійснювалося встановлення часових параметрів сцен, інтерполяція руху та загальна синхронізація анімаційних шаблонів.

Завдяки застосуванню згаданого інструментарію вдалося реалізувати увесь процес створення мультимедійних продуктів, починаючи з розробки графічних об'єктів і завершуючи фінальним етапом анімації та підготовкою кінцевих файлів. Такий підхід сприяв досягненню виняткової візуальної якості, оптимізації робочих процесів та забезпечив гнучкість для подальшого пристосування створених зразків до різноманітних цифрових платформ, зокрема для дисплеїв у приміщеннях, публікацій у соцмережах та онлайн-ресурсів.

4.3. Ресурси та організація роботи

У процесі реалізації дипломної роботи, яка полягала у створенні мультимедійної платформи з анімованими рекламними зразками для підприємств сфери послуг, усі завдання виконувались особисто. Цей підхід дозволив об'єднати в одній особі ролі дизайнера, ілюстратора та аніматора, що гарантувало безперервний нагляд та управління всіма стадіями розробки від народження ідеї до фінального рендерингу готових матеріалів.

Технічне забезпечення проєкту передбачало наявність потужного персонального комп'ютера, спроможного ефективно обробляти графічні та анімаційні дані. Також був долучений графічний планшет, незамінний при роботі з деталізованими візуальними елементами. Не менш важливим елементом стало використання монітора з високою точністю передачі кольору, що було критично необхідним для забезпечення адекватності вибору кольірних схем.

Для створення візуальних елементів та анімаційних послідовностей застосовувалися спеціалізовані програми з відповідними ліцензіями. Це

забезпечило надійність робочого процесу та надало всі необхідні інструменти для втілення комплексних компонувань та динамічних сцен.

Процес розробки було структуровано за чіткими фазами. Початковим кроком було окреслення загальної ідеї та встановлення стилістичних принципів системи. Після цього здійснювалася розробка візуальних компонентів та універсальних шаблонів. Наступною стадією було програмування анімаційних ефектів та алгоритмів руху елементів. Фінальні стадії містили тестування, уточнення часових інтервалів, оцінку зрозумілості подання інформації та підготовку кінцевих матеріалів для подальшого використання.

Для полегшення роботи весь контент було організовано як окремі проєкти, що відповідають кожному шаблону. Такий розподіл забезпечив кращий порядок для робочих файлів, спростив процес внесення правок і дозволив оперативно модифікувати елементи в рамках однієї системи.

Цей метод структурування ресурсів та оптимізації робочих процесів сприяв успішному завершенню проєкту. Він також уможливив належний контроль якості на кожному етапі розробки та своєчасне вдосконалення як технічної, так і візуальної частини. В результаті було розроблено комплексну та гнучку мультимедійну платформу, що складається з анімованих рекламних шаблонів, призначених для використання у цифрових екранах закладів сфери послуг.

Висновок

Передбачається, що розділ 4 продемонстрував технічну спроможність та практичну цінність створення анімованих рекламних шаблонів. Ці шаблони, інтегровані в мультимедійну систему, призначену для закладів сфери послуг, виявилися цілком придатними для застосування в сучасних цифрових умовах.

Логічний, поетапний підхід до виконання роботи, починаючи від формування ідеї та закінчуючи підготовкою до розповсюдження готових

продуктів, гарантує одержання всебічного та практично застосовного результату.

Застосування спеціалізованого програмного забезпечення надало можливість повністю втілити в життя всі розроблені графічні та анімаційні рішення. Оптимальне поєднання векторних графічних елементів, растрових зображень і базових анімаційних ефектів сприяло формуванню стійкого стилю системи, забезпеченню гармонійного вигляду композицій та досягненню належної якості візуального контенту.

Протягом роботи над проєктом було доведено: ключовим фактором успіху є продуманий підхід до організації праці та деталізований графік виконання завдань. Завдяки систематизації даних, їх розбиттю на окремі блоки задач та методичному просуванню вперед, вдалося досягти стабільності робочого процесу та вчасно завершити всі заплановані етапи.

Таким чином, розроблена система мультимедійних анімованих рекламних шаблонів доведена як практично дієвий інструмент, готовий до впровадження у сфері послуг. Вона гарантує оперативне передавання інформації споживачеві, підсилює візуальну привабливість рекламної продукції та легко адаптується до потреб різноманітних цифрових середовищ, зберігаючи при цьому високу якість.

РОЗДІЛ 5

ОХОРОНА ПРАЦІ ТА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ

Сприятливе та безпечне середовище для роботи - це один з головних чинників, що сприяють зростанню продуктивності праці співробітників, зменшенню кількості травм на виробництві та захворювань, пов'язаних із робочим процесом, а також допомагають досягати кращих результатів.

У наш час значна кількість професіоналів, які займаються мультимедійним дизайном та анімацією, проводить робочий час за комп'ютерами. Вони використовують графічні редактори та спеціалізовані програми для розробки анімаційних та рекламних матеріалів. Така діяльність передбачає тривале перебування в одній позі, високоінтенсивну зорову концентрацію, роботу з елементами, що контрастують, та екранами з підвищеною яскравістю.

Ключові аспекти безпеки на робочому місці охоплюють:

- Формування комфортного та функціонального робочого куточка.
- Регулювання умов мікроклімату та рівня освітлення.
- Мінімізація впливу шуму та електромагнітних хвиль.

5.1. Безпечні умови праці

Робоче місце дизайнера-аніматора розгорнуто в домашніх умовах і включає персональний комп'ютер, монітор, клавіатуру, мишу, а також графічний планшет. Використовується ергономічне обладнання - робочий стіл і крісло з регулюванням висоти та підтримкою попереку, які забезпечують правильну посадку та мінімізують навантаження на хребет.

Під час роботи виникають такі небезпечні та шкідливі фактори: тривале навантаження на зоровий апарат, статичне положення тіла, перевантаження зап'ястків, вплив електромагнітного випромінювання від комп'ютерної техніки, а також психоемоційне навантаження під час виконання складних проєктів і дотримання дедлайнів.

Потенційно небезпечними операціями є тривала безперервна робота за монітором, рендеринг та робота з інтенсивною динамічною графікою, контрастними елементами інтерфейсу програм та виконання складних анімаційних завдань без регламентованих перерв.

Для забезпечення безпечних умов праці передбачаються такі заходи: правильне розташування монітора на відстані 50–70 см від очей, регулювання висоти крісла, забезпечення правильної посадки, організація достатнього штучного освітлення та регулярні перерви.

Робоче приміщення належить до категорій без підвищеної небезпеки, проте використання великої кількості техніки вимагає суворого дотримання правил електробезпеки. Для цього застосовується підключення обладнання до справних електричних мереж із заземленням, використання якісних подовжувачів та мережевих фільтрів із захистом від перевантажень, а також регулярний візуальний контроль стану ізоляції кабелів живлення.

5.2. Виробнича санітарія

Важливою умовою безпечної праці є дотримання норм виробничої санітарії та гігієни праці, що включає підтримку оптимального мікроклімату, параметрів освітлення та зниження рівня шуму.

Мікроклімат

Оптимальні параметри мікроклімату в домашній студії дизайнера становлять: температура повітря 20-24 °С, відносна вологість 40-60 %, швидкість руху повітря до 0,1 м/с. Такі умови забезпечуються регулярним

привітрюванням приміщення та використанням побутових систем кондиціонування і зволоження повітря, що зменшує втому та підтримує високу працездатність.

Виробниче освітлення

Освітлення є одним із найважливіших факторів, що впливають на працездатність, концентрацію уваги та зорове навантаження дизайнера-аніматора. Для роботи з відеомоніторами та графікою, згідно з нормами ДБН В.2.5-28:2018, нормативна освітленість на робочій поверхні столу має становити не менше 300 лк.

Оскільки проектування та виконання практичної частини роботи відбувалося в домашній студії авторки, розрахунок та аналіз освітлення проведено для реального існуючого приміщення з фактично встановленим у ньому світлодіодним обладнанням.

Вихідні дані приміщення:

- Довжина приміщення (A) - 4 м;
- Ширина приміщення (B) - 3 м;
- Площа приміщення (S) - 12 м²;
- Висота приміщення (H) - 2,8 м;
- Висота робочої поверхні столу (h_p) - 0,8 м;
- Висота підвісу (монтажу) світильників над робочою поверхнею (h) - 2,0 м ($2,8 - 0,8 = 2,0$ м);
- Коефіцієнт запасу (K) - 1,5 (враховує природне старіння світлодіодів);
- Коефіцієнт нерівномірності освітлення (z) - 1,1;
- Коефіцієнт використання світлового потоку (η) - 0,55.

Характеристики існуючого світлового обладнання: Для загального штучного освітлення кімнати використовуються реальні LED-світильники, які встановлені в приміщенні та мають такі паспортні характеристики:

- Модель: Світлодіодна панель EVROSVET LED-SH-595-40;

- Номінальна потужність ($P_{\text{л}}$): 40 Вт;
- Світловий потік одного світильника ($\Phi_{\text{пасп}}$): 3200 лм;
- Колірна температура: 4000 К (природне біле світло, оптимальне для роботи з кольорними профілями та тривалої графічної діяльності);
- Кількість встановлених світильників (N): 4 шт. (розміщені симетрично по стелі для створення рівномірного розсіяного світла без відблисків на екрані монітора).

Розрахунок штучного освітлення методом коефіцієнта використання

Перевіримо, чи забезпечує дана конфігурація світильників, встановлена в домашніх умовах, нормативні вимоги охорони праці. Формула для визначення необхідного світлового потоку однієї лампи виглядає так:

$$\Phi = N \cdot \eta \cdot E \cdot S \cdot K \cdot z$$

Розрахуємо необхідний світловий потік, який має видавати кожен із 4-х світильників для досягнення норми у 300 лк:

$$\Phi = 4 \cdot 0,55300 \cdot 12 \cdot 1,5 \cdot 1,1 = 2,25940 = 2700 \text{ лм}$$

Згідно з розрахунком, для забезпечення норми 300 лк при використанні чотирьох точок освітлення, світловий потік кожного світильника повинен становити не менше 2700 лм.

Фактичний паспортний потік встановлених світильників EVROSVET становить 3200 лм, що перевищує мінімальний розрахунковий рівень і забезпечує реальну фактичну освітленість робочої зони на рівні:

$$E_{\text{факт}} = 12 \cdot 1,5 \cdot 1,14 \cdot 3200 \cdot 0,55 \approx 355 \text{ лк}$$

Оскільки $355 \text{ лк} > 300 \text{ лк}$, існуюче освітлення повністю задовольняє вимогам ДБН В.2.5-28:2018. Невеликий запас (18%) є нормативним, оскільки він компенсує природну деградацію кристалів світлодіодів з часом та можливе запилення розсіювачів.

Перевірка потужності освітлювальної установки

Загальна споживана потужність системи штучного освітлення в кімнаті становить:

$$P = P_{\text{л}} \cdot N = 40 \cdot 4 = 160 \text{ Вт}$$

Такий показник свідчить про високу енергоефективність обраного світлодіодного обладнання.

Шум та інші фактори

Основним джерелом шуму на робочому місці є елементи комп'ютерного обладнання, зокрема вентилятори системи охолодження ноутбука під час рендерингу анімації. Рівень шуму є низьким (до 35-40 дБА), що не перевищує гранично допустимі рівні для житлових та офісних приміщень. Для мінімізації його впливу проводиться регулярне технічне обслуговування техніки.

Режим праці та відпочинку

З метою профілактики зорової та загальної втоми впроваджено раціональний режим праці: кожні 45-60 хвилин безперервної роботи за комп'ютером виконується перерва на 10 хвилин. Під час перерв виконується комплекс вправ для очей та фізичні вправи для хребта і суглобів для зняття статичного напруження.

5.3. Протипожежна безпека

Основними джерелами пожежної небезпеки в домашній студії є електронне обладнання, кабелі живлення, подовжувачі та блоки живлення гаджетів. При несправності, механічному пошкодженні або перевантаженні електромережі може виникнути коротке замикання або перегрів техніки.

Для запобігання пожежам передбачено такі заходи:

- використання тільки сертифікованого та справного обладнання;
- недопущення перевантаження розеток;
- обов'язкове знеструмлення техніки та робочого місця після завершення робочого дня;
- наявність у безпосередній доступності первинного засобу пожежогасіння.

Приміщення за пожежною безпекою, відповідно до специфіки використання комп'ютерної техніки та наявності твердих горючих матеріалів, умовно прирівнюється до категорії В.

Висновок

У даному розділі розглянуто питання охорони праці та промислової санітарії для робочого місця дизайнера-аніматора мультимедійних рекламних шаблонів, розгорнутого в домашніх умовах. Основними небезпечними факторами в процесі проектування було визначено підвищене зорове навантаження, тривале статичне положення тіла та ризики гіподинамії.

Аналіз та інженерний розрахунок параметрів існуючого робочого середовища (на прикладі реального світлодіодного обладнання EVROSVET LED-SH-595-40 потужністю 40 Вт) показали, що фактичний рівень штучного освітлення (355 лк) повністю відповідає чинним нормативним вимогам України. Впроваджені заходи з організації ергономіки робочого місця, дотримання параметрів мікроклімату, протипожежного захисту та раціонального режиму праці і відпочинку дозволяють створити безпечні, комфортні та здорові умови для ефективного виконання творчих та інженерних завдань.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Дипломне дослідження зосереджене на створенні мультимедійної системи, що пропонує анімовані рекламні шаблони для підприємств сфери послуг. Робота охоплює весь процес розробки цифрового рекламного продукту: починаючи з дослідження існуючих рішень та визначення концепції, і завершуючи впровадженням на практиці та оцінкою отриманих результатів. В результаті дослідження підтверджено, що анімовані рекламні шаблони є ефективним сучасним засобом цифрової комунікації, здатним швидко передавати інформацію та захоплювати увагу споживача.

Перший розділ присвячений аналізу актуальних трендів у цифровій рекламній графіці. З'ясовано, що на сприйняття реклами найбільший вплив справляють елементи композиції, колірне оформлення, використання шрифтів та динаміка анімації. За результатами цього аналізу було сформульовано ключові вимоги до розроблюваної системи шаблонів.

У другій частині зосереджено увагу на формуванні задуму та дослідженні можливих шляхів його втілення. Визначено спільний стиль системи, розроблено ґрунтовну будову шаблонів, окреслено колірну палітру та загальну побудову. Створено множинні зразки макетів, що уможливило аналіз різноманітних підходів та вибір найбільш вдалої конструкції для наступного впровадження.

Третя частина демонструє практичне втілення задуму. Розроблено візуальні компоненти шаблонів, підібрано тип шрифту, сформовано загальну картину та впроваджено ефекти руху для ключових елементів. Досягнуто цілісності стилістики, сумірності динаміки та пристосованості шаблонів до різноманітних форматів.

Четвертий розділ зосереджується на методології розробки та управління проєктом. У ньому детально описано стадії виробничого циклу, використані програмні інструменти та необхідні технічні засоби. Доведено, що послідовне

планування та структурований підхід до роботи сприяють незмінно високій якості фінального продукту та успішному впровадженню розробленого мультимедійного рішення.

Загальний аналіз дипломної роботи дає змогу стверджувати, що створена система анімованих рекламних шаблонів являє собою гнучке та корисне рішення для сфери послуг. Гармонійне поєднання композиційних прийомів, колірної палітри та анімації гарантує легке сприйняття інформації та формує єдиний, впізнаваний візуальний стиль.

Отримані дані свідчать про практичну вагомість розробленого проєкту та його потенціал для інтеграції в цифрові платформи, що слугуватимуть різноманітним підприємствам сфери послуг.

Додаток А

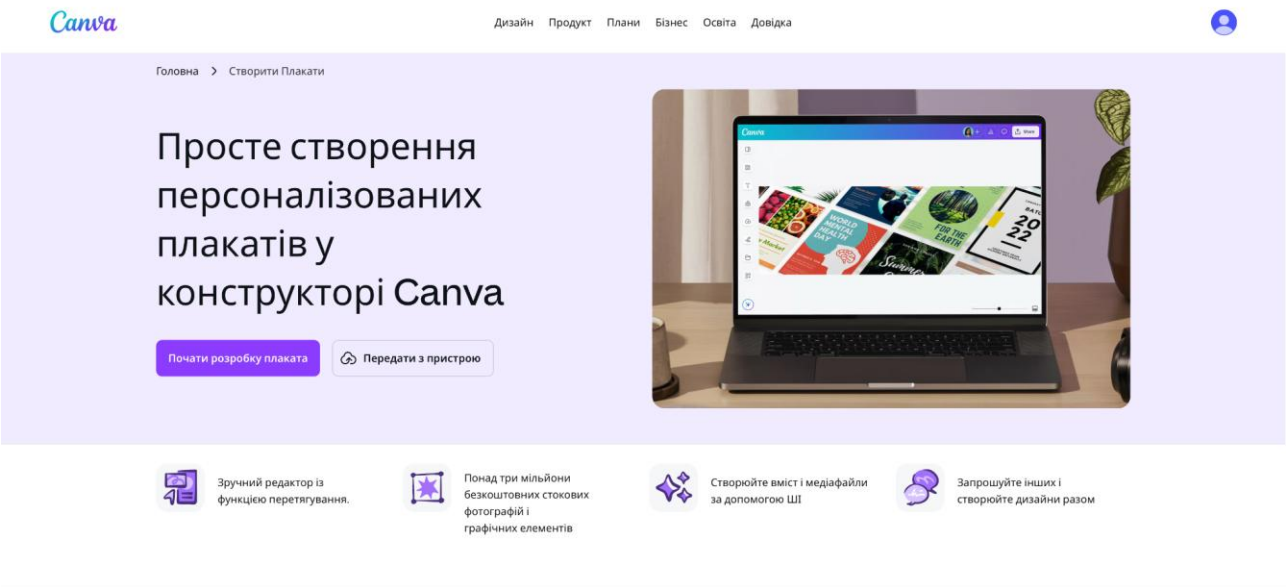


Рис. А.1. Приклад програми Canva

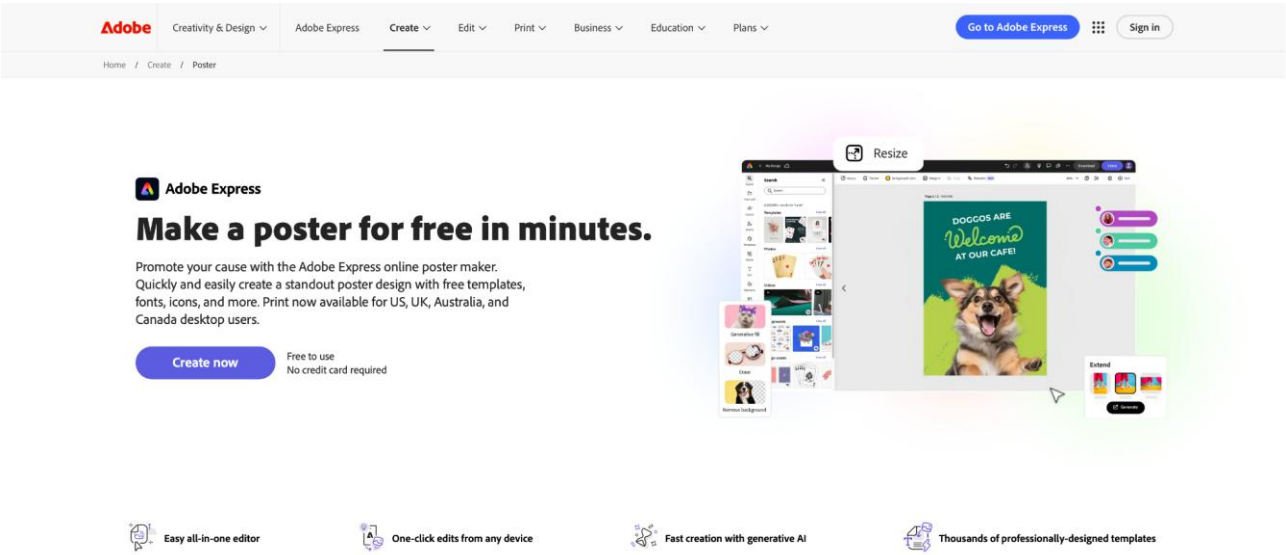


Рис. А.2. Приклад програми Adobe Express

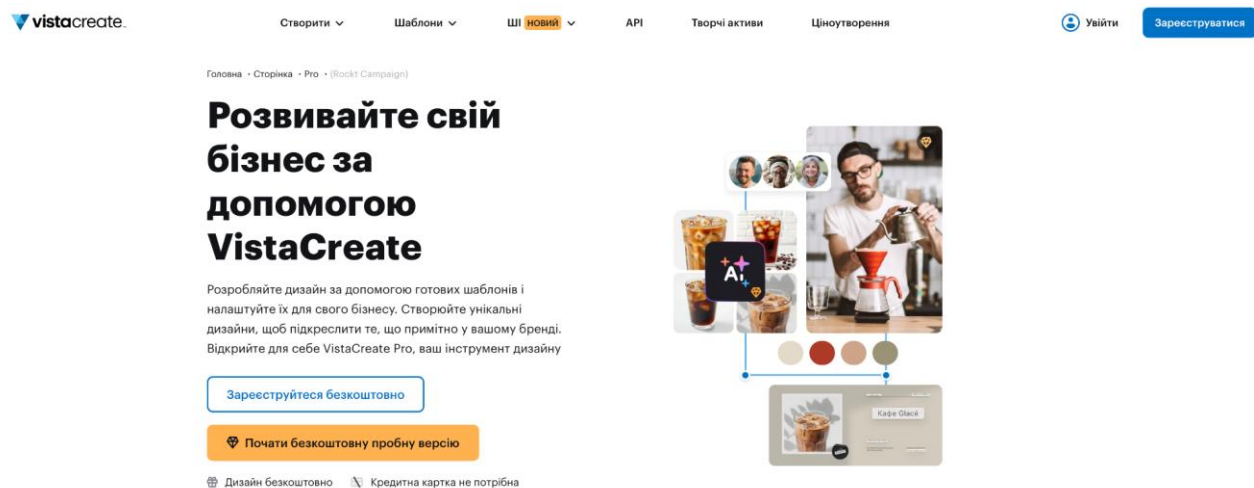


Рис. А.3. Приклад програми VistaCreate

Додаток Б



Рис. Б.1. Обрана палітра кольорів

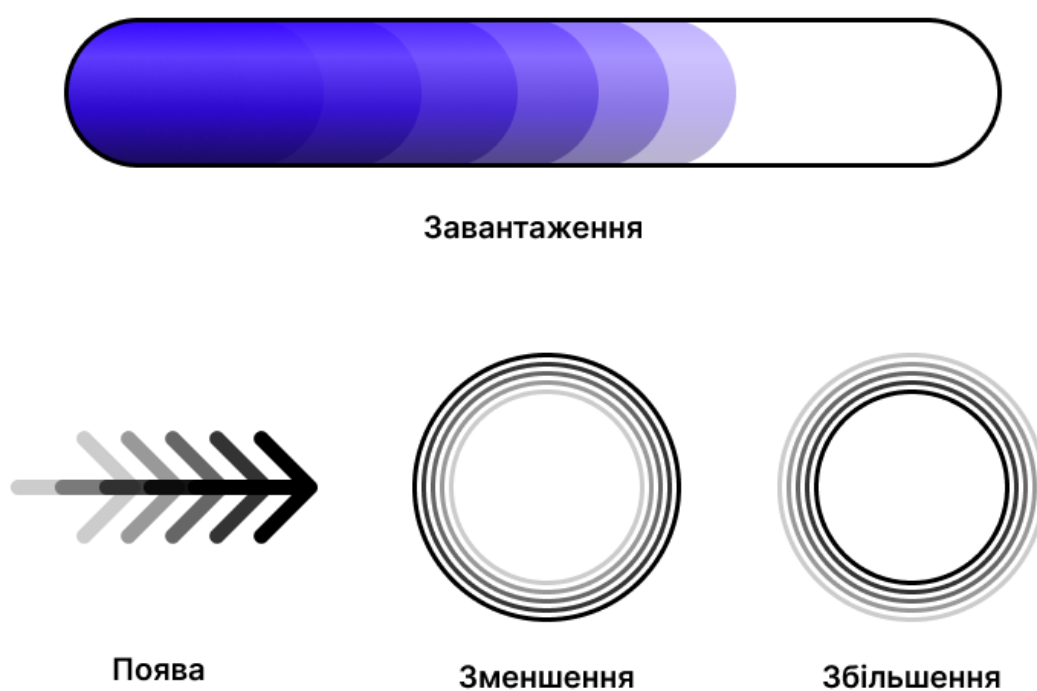


Рис. Б.2. Покроковий приклад анімації

Додаток В



Рис. В.1. Сітки для створення плакатів

Заголовок

Montserrat ExtraBold

Підзаголовок

Montserrat SemiBold

Контактна інформація

Montserrat Regular

Рис. В.2. Обрані шрифти

ВАША УСМІШКА НАША ТУРБОТА

Сучасна стоматологія для дорослих



Комплексна
діагностика



Лікування без
болю



Естетична
стоматологія



НА ПЕРШИЙ
ВІЗИТ

СМАК, ЩО ЗБЛИЖУЄ

Авторська кухня та особлива атмосфера
для незабутніх вечорів



Свіжі продукти
щодня



Атмосфера
затишку



Швидке
обслуговування

ЗАБРОНІЮВАТИ СТИЛ →



+380 000 000 00 00

вул. Приклад, 1

Рис. В.3.

Приклади створення плакатів

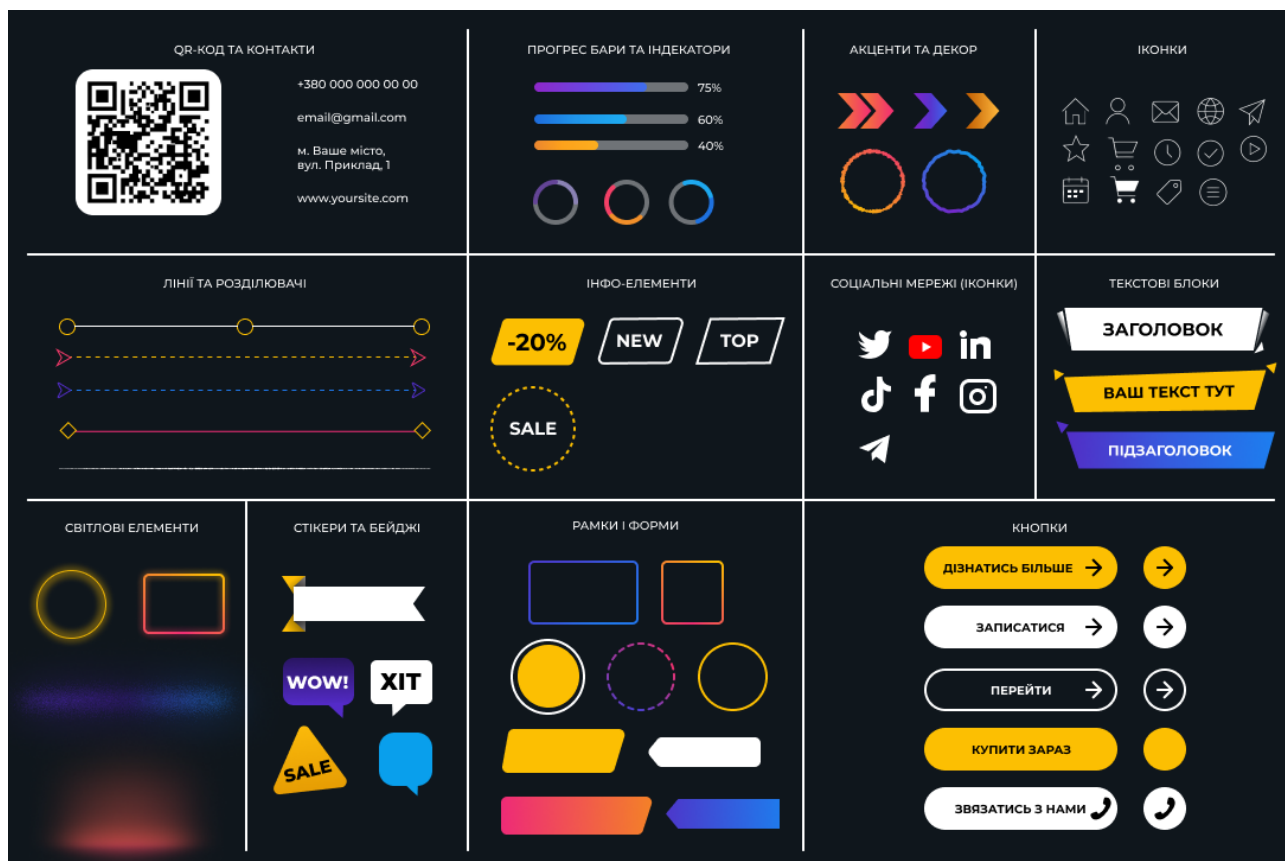


Рис. В.4. Готові графічні елементи для анімації

СПИСОК ВИКОРАСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гігієна праці в деталях: вимоги виробничої санітарії до робочого місця. ПрофПрес_інфо. URL: <https://profpressa.com/news/gigiena-pratsi-v-detaliakh-vimogi-virobnichoyi-sanitariyi-do-robochogo-mistsia> (дата звернення: 03.06.2026).
2. Модульна система верстки. Вікіпедія : вільна енциклопедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Модульна_система_верстки (дата звернення: 17.04.2026).
3. Основи анімації в After Effects. Adobe Help Center. URL: <https://helpx.adobe.com/ua/after-effects/using/animation-basics.html> (дата звернення: 15.05.2026).
4. Охорона праці. Вікіпедія : вільна енциклопедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Охорона_праці (дата звернення: 03.06.2026).
5. Створення постерів: безкоштовний онлайн-конструктор плакатів. Canva. URL: https://www.canva.com/uk_ua/stvoryty/postery/ (дата звернення: 24.04.2026).
6. Хто відповідає за пожежну безпеку на підприємстві. Центр пожежної безпеки «Євросервіс». URL: <https://euroservis.com.ua/ua/kto-otvechaet-za-pozharnuu-bezopasnost-na-predpriyatii/> (дата звернення: 03.06.2026).
7. Чим відрізняються колірні моделі RGB і CMYK. Оперативна поліграфія «Фастпринт». URL: <https://www.fastprint.ua/uk/rgb-cmyk> (дата звернення: 22.04.2026).
8. Шум як екологічний фактор: джерела та вплив на організм людини. StudFiles. URL: <https://studfile.net/preview/5011345/page:2/> (дата звернення: 03.06.2026).
9. Behance: Creative Portfolio Platform. Behance. URL: <https://www.behance.net/> (дата звернення: 15.05.2026).

10. Dribbble: Digital Design Portfolio and Trends. Dribbble. URL: <https://dribbble.com/> (дата звернення: 12.05.2026).
11. Figma Design Systems: Tool for building component libraries. Figma. URL: <https://www.figma.com/design-systems/> (дата звернення: 10.05.2026).
12. Free Poster Templates. Adobe Express. URL: <https://www.adobe.com/express/templates/poster> (дата звернення: 14.04.2026).
13. Google Material Design 3: Understanding Motion System. Google Material Design. URL: <https://m3.material.io/styles/motion/overview/how-it-works> (дата звернення: 22.04.2026).
14. Nielsen Norman Group: UX Design Principles for Digital Templates. NN/g. URL: <https://www.nngroup.com> (дата звернення: 11.05.2026).
15. VistaCreate Creative Studio: Online Graphic Design Software. VistaCreate. URL: <https://create.vista.com> (дата звернення: 14.04.2026).